

**GRAPHIC DESIGN** / Creare un logo  
che attira i clienti **p. 26**

**GESTIONE FINANZIARIA** / Riduci i  
costi per aumentare il profitto **p. 48**

**CANI** / Perché il cane abbaia? I consigli  
da dare ai clienti **p. 91**

# Zampotta

## PET BUSINESS

MARZO 2021 - N° 2

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

## I 7 PILASTRI DEL BUSINESS

Garantisci longevità  
e crescita alla  
tua impresa

## QUESTO È L'ULTIMO NUMERO?

L'editoriale di Cristina Mandaglio

NON USCIRE DALLA  
ZONA DI COMFORT  
è lì che inizia la tua evoluzione

CONOSCI I DIRITTI DEL CLIENTE  
in caso di merce difettosa?

- Pratica, tecnologica, innovativa.  
La pettorina del futuro è memopet

**memopet**  
myfamily's connection



**Nessun'altra pettorina  
può fare tutto questo**



#### **Chip NFC**

I dati anagrafici e sanitari del pet viaggiano sempre con lui! La tecnologia **NFC** integrata nelle chiusure li rende subito visibili avvicinando lo smartphone.



#### **Porta TAG**

Utile per appendere la medaglietta, accessorio indispensabile per la sicurezza di ogni cane.



#### **Sistema PELOSTOP**

L'interno delle pettorine è completamente repellente al pelo, più confortevole e più morbido.



#### **Fascia riflettente**

La pettorina è visibile al buio, anche a distanza, grazie al tubolare **catarifrangente** posto lungo l'intero perimetro del prodotto.



#### **Made in Italy**

Gli articoli della collezione **memopet** sono progettati e prodotti completamente in Italia, negli stabilimenti **MyFamily** di Valenza.



**me**  
**myfam**

L'unica pettorina al mondo con carta d'identità digitale e basata su tecnologia NFC, progettata per dare più sicurezza e comodità a ogni cane.

Grazie alla fascia pettorale in microfibra, si riduce la pressione sul collo, "Pelostop" evita che il pelo si



# memopet®

family's connection

che diventa  
nca dati,  
rezza e

clinata si  
l'imbottitura  
si annidi nel

supporto, mentre il **catarifrangente** della  
bordatura la rende visibile al buio.

Avvicinando qualsiasi smartphone con  
tecnologia **NFC** alla fibbia **memopet**,  
tutti i dati importanti del cane saranno  
immediatamente disponibili, sempre a  
portata di mano grazie al chip incorporato.

Non perdere l'occasione  
di essere tra i primi ad  
offrire la rivoluzione **memopet**

**CHIAMA SUBITO**  
**0131.950063**



**memopet** è anche...

collare



guinzaglio



APP **memopetID**



Disponibili in 6 colorazioni



scopri tutti su

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



Prodotto in Italia da

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

**MyFamily USA Inc.** 651 Gadson St. groveland FL 34736 USA

SUPER PREMIUM  
**WINNER PLUS**<sup>®</sup>  
PET FOOD

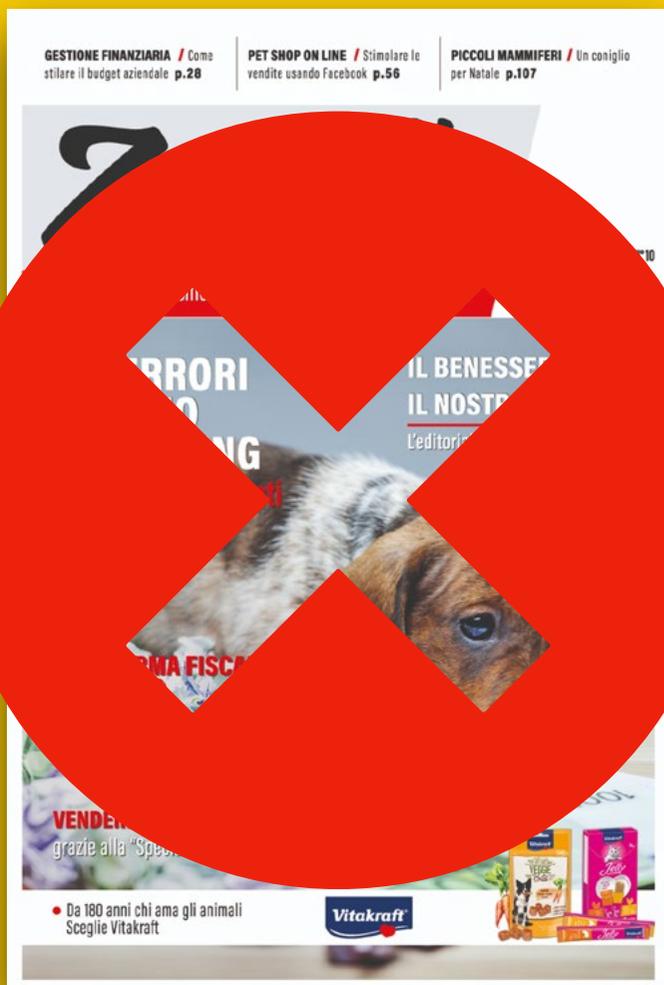
natural · nutrition · system



# NUOVA LINEA HOLISTIC

Disponibile nei sacchi da: 2-12 kg e  
new 300g!

# VUOI CONTINUARE A LEGGERE ZAMPOTTA PET BUSINESS?



Da **QUESTO MESE**

**ZAMPOTTA PET  
BUSINESS**

**NON TI  
SARÀ PIÙ  
INVIATA**

**se non confermerai  
l'abbonamento  
collegandoti al link  
indicato qui sotto.**

**[www.zampotta.it/voglioZampotta](http://www.zampotta.it/voglioZampotta)**

**Se hai problemi con il link puoi chiamare il numero 328 92 26 601**

## COPERTINA

"in evidenza"

**Da accessori  
a oggetti di design**

(MyFamily)

**4**



MARZO 2021 - N° 2

## EDITORIALE

di Cristina Mandaglio

**3** Questo è l'ultimo numero?



## CANI & GATTI

**65** **Pet food per "veri lupi"**  
(On Site)

**66** **Sei salviette da premiare**  
(Farm Company)

**68** **I magnifici sette del pet**  
(Quality Award 2021)

**72** **Schesir torna in TV**  
(Agras Pet Foods)

**75** **L'igiene inizia dalle zampe**  
(Camon)

**76** **Una garanzia per l'equilibrio del cane**  
(Winner Plus Pet Food)

**80** **Progettati per un'elevata digeribilità**  
(Monge)

**82** **Differenziare la gamma snack!**  
(Vitakraft Italia)

**85** **Gli oli essenziali che lavano**  
(Cap So Fend)

**86** **La cuccia pronta in 3 minuti**  
(Bamapet)

**88** **Formule ad hoc per ogni patologia**  
(Dorado)

**91** **"Perché il cane abbaia?"**  
L. Quarta

## PICCOLI MAMMIFERI

**78** **Offri ai conigli il lusso della scelta**  
(Pineta Zootecnici)

**94** **"Ma il mio coniglio spela!"**  
C. Papeschi

## ACQUARI & CO.

**97** **Coralli bel sviluppati in 3 mesi**  
V. Zupo

**100** **La riccia, pianta scenosa e versatile**  
A. Mancini

## UCCELLI

**102** **Il cacatua dal ciuffo rosa**  
G. Ravazzi

## RUBRICHE

**64** **Notizie brevi**

**106** **Bacheca**

**108** **Contatti**

**112** **Inserzionisti**

## BUSINESS

**10** **Strategia Aziendale**

**16** **Tecniche di Vendita**

**20** **Social Media Marketing**

**26** **Graphic Design**

**32** **Pubblicità & Marketing**

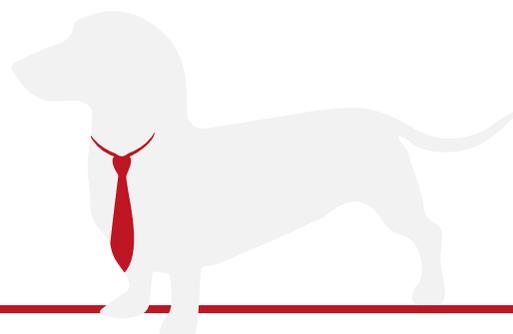
**40** **Consigli Giuridici**

**44** **Fotografia Semplificata**

**48** **Gestione Finanziaria**

**54** **Pet shop On line**

**58** **Emozioni & Business**





# QUESTO È L'ULTIMO NUMERO?

**C**iao, sai che questo potrebbe essere l'ultimo numero di Zampotta Pet Business che leggerai? Purtroppo da questo mese potresti non ricevere mai più il nostro magazine in negozio. No, non abbiamo alcuna intenzione di interrompere la pubblicazione né tantomeno la distribuzione di Zampotta Pet Business.

Anzi se possibile, nel corso del 2021 vorremmo renderla ancora più ricca di contenuti, autori e rubriche.

Laddove questo magazine dovesse non risultare sufficientemente prezioso per il tuo successo di imprenditore, abbiamo intenzione di affiancargli la potenza e la versatilità del nostro nuovo sito web in costruzione.

E allora, cosa è successo?

Una delle leggi che regolano il marketing è che alle cose gratuite non si dà mai troppo valore. Esistono moltissimi casi di studio di clamorosi fiaschi commerciali di prodotti che semplicemente “costavano troppo poco” secondo la percezione comune e di conseguenza erano considerati di scarso livello.

Per la stessa ragione, le riviste che si ricevono gratuitamente spesso si sfogliano senza attenzione o addirittura vanno nel cestino senza nemmeno aprirle, alla stregua dei volantini pubblicitari dei supermercati.

Noi non vogliamo che questo accada a Zampotta Pet Business, che ogni mese progettiamo e confezioniamo con un impegno collettivo e un lavoro editoriale pari a quello dei magazine specializzati in vendita nelle edicole anche a una decina di euro.

Nelle nostre rubriche di marketing cerchiamo di insegnarti a selezionare i clienti migliori coi quali lavorare e a tagliare fuori tutti gli altri, senza nessuna pietà. Questo è l'unico modo per poter continuare a crescere, mantenere alta la qualità del servizio ed essere in grado di offrire prodotti sempre più avanzati: avendo a che fare soltanto con la fetta più vitale e ricettiva del mercato.

Ecco perché anche noi di Zampotta Pet Business ti abbiamo chiesto nei mesi scorsi di manifestare chiaramente la tua volontà di ricevere ogni mese il nostro magazine.

Sappi che se ancora non lo hai fatto, come ti dicevo in apertura, dopo questo che hai tra le mani, non ne riceverai altri (a meno che tu non richieda attivamente di riprendere le spedizioni), sarà il tuo ultimo numero.

Per il 2021 abbiamo tante cose in caldo e vogliamo un pubblico composto soltanto da lettori attivi, curiosi, inquieti e dinamici. Ce li meritiamo, così come tutti voi vi meritate ogni mese il miglior magazine che con passione, studio e competenza riusciamo a far arrivare nei vostri pet shop.

Se vuoi restare a bordo conferma il tuo abbonamento gratuito al link [www.zampotta.it/voglioZampotta](http://www.zampotta.it/voglioZampotta)

In ogni caso, grazie per averci seguito fino a qui.

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



# Da accessori a oggetti di design

**Il legame tra l'utilità e l'estetica dell'accessorio MyFamily crea un brand capace di differenziare al massimo il pet shop**

Quando si parla di MyFamily, si descrive un'azienda votata a una costante propensione innovativa che la porta ad anticipare e guidare le tendenze del settore a vantaggio dei suoi partner commerciali, come i pet shop, che propongono con entusiasmo e convinzione i suoi prodotti poiché appartengono a un brand in grado di differenziare il negozio specializzato.

Stiamo parlando di medagliette e sistemi di incisione, di guinzagli, collari e pettorine, oggi anche di prodotti per l'igiene, indispensabili per la sicurezza degli animali domestici e la soddisfazione di chi li ama.

MyFamily conferma una forte identità aziendale scegliendo di gestire internamente ogni processo produttivo, logistico e promozionale, nel cuore di una regione industriale come il Piemonte. Il più importante vantaggio di questa policy è la massima libertà creativa e progettuale che accompagna ogni idea, oltre alla riduzione dei costi e dei tempi di produzione. Dal concept iniziale alla produzione, dalla logistica al marketing, tutto quello che riguarda i prodotti MyFamily nasce e si sviluppa nei 15 reparti interni, nei quali ogni esigenza trova una risposta precisa e immediata: tutto rigorosamente made in Italy, nel pieno rispetto



**MYFAMILY S.R.L.**  
tel. 0131950063  
[www.myfamily.it](http://www.myfamily.it)  
[info@myfamily.it](mailto:info@myfamily.it)



dei lavoratori e lontano dalle logiche del "profitto a ogni costo".

Per MyFamily non sarebbe accettabile produrre oggetti per la sicurezza degli animali, dimenticando i diritti e il benessere delle persone.





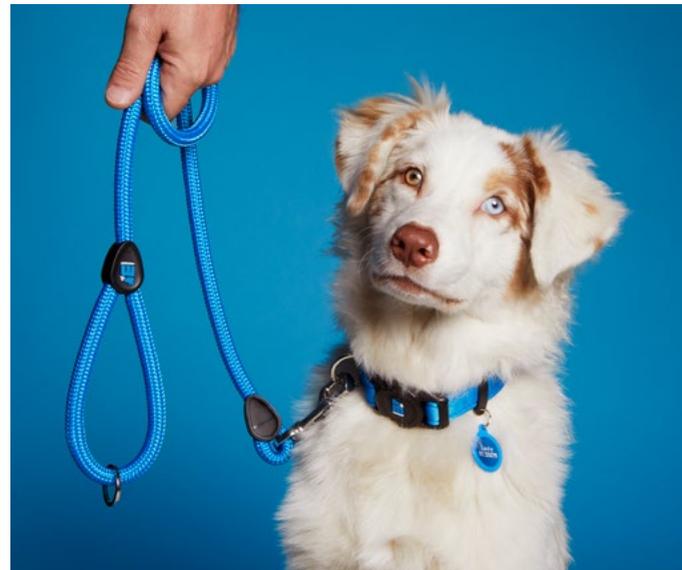
### Facciamo un passo indietro

Per meglio comprendere le scelte di MyFamily e di Alessandro Borgese, il suo vulcanico e intraprendente fondatore e titolare, è utile fare un passo indietro e ripercorrere gli esordi. Era il 2010 quando a Valenza in Piemonte, terra di grande tradizione orafa, nacque un pensiero nuovo: trasformare le medagliette per animali in veri oggetti di design capaci di trasmettere emozioni. MyFamily è nata così, dal desiderio di dare un'anima a un pezzo di metallo – la medaglietta – indispensabile per permettere a cani e gatti di essere soccorsi e identificati velocemente in caso di smarrimento. Intorno a questa intuizione è cresciuta un'azienda capace di lanciare sul mercato italiano e internazionale centinaia di medagliette mai viste prima, smaltate a mano e curate in ogni dettaglio. Insieme alle medagliette è arrivata *Techla*, il sistema di incisione istantanea progettato per essere utilizzato direttamente dall'utente finale e offrire quindi al cliente una nuova esperienza di acquisto. Poi la guinzaglieria, realizzata con cura artigianale e creatività, ma anche con quell'innovazione tecnologica che ha portato a una collezione di accessori "intelligenti" capaci di "dialogare" e interagire con le persone. Per arrivare oggi a lanciare sul mercato anche una linea di shampoo e prodotti igienizzanti.

### Il mondo cambia, cambia anche la pettorina

In un mondo in costante evoluzione dove gli oggetti quotidiani stanno diventando sempre più tecnologici, utili e funzionali, MyFamily ha deciso di rendere guinzagli, pettorine e collari, intelligenti e interattivi. Quello che rende speciale la collezione *memopet* è la tecnologia, grazie a un chip NFC incorporato che rende l'accessorio di guinzaglieria capace di connettersi con lo smartphone semplicemente avvicinandolo al chip incorporato nelle chiusure. I pet shop già conoscono la collezione *memopet* di collari e guinzagli. L'ultima novità è rap-

presentata dall'aggiunta della categoria pettorina tra i prodotti della linea. Un prodotto innovativo, studiato in ogni dettaglio per dare sicurezza e comodità. Grazie alla fascia pettorale inclinata, si riduce la pressione sul collo e l'imbottitura *Pelostop* - il tessuto tecnico studiato e progettato da MyFamily per evitare l'attaccamento del pelo alla pettorina - evita che il pelo si annidi nel supporto. Inoltre, il nastro catarifrangente della bordatura rende la pettorina visibile al buio. La collezione è disponibile in vari colori fashion, in rosso, verde, blu, rosa, arancione, nero, coordinate con le stesse tonalità di guinzagli e collari.



La pettorina, il collare e il guinzaglio hanno le stesse caratteristiche tecnologiche: avvicinando lo smartphone alla fibbia *memopet*, tutti i dati saranno disponibili sullo smartphone e sempre a portata di mano. Questo è il legame tra l'utilità dell'accessorio e la capacità di renderlo interattivo. Tramite smartphone, i chip NFC interagiscono con l'app *memopetID* per offrire un servizio completo e rivoluzionario. Il proprietario può caricare e aggiornare tutti i dati anagrafici e sanitari dell'animale, mo-



monitorare le attività con il proprio pet, dando vita a “passeggiate interattive”, ricevendo dati aggiornati sui percorsi fatti insieme, ottenendo consigli utili e molto altro.... In pratica, la pettorina diventa carta d'identità e banca dati digitale, personalizzabile in ogni momento. L'obiettivo? Dare più sicurezza a ogni animale e creare nuove possibilità di interazione per chi se ne prende cura.

Tutto questo, grazie a una tecnologia sostenibile che rispetta l'amico a quattro zampe. Le pettorine, i guinzagli e collari *memopet* non emettono onde elettromagnetiche, non necessitano di batteria e la tecnologia NFC è resistente all'acqua.

### Utili, ma anche veri gioielli

Il settore delle medagliette rappresenta il core business di MyFamily. La medaglietta è uno degli accessori più importanti per i nostri amici a quattro zampe - forse il più importante per la loro sicurezza - e MyFamily ha da sempre voluto dare la giusta attenzione alla produzione di questo elemento così indispensabile.



Esplorare le collezioni di medagliette MyFamily significa immergersi in un mondo dove cura artigianale e creatività si fondono, con un pizzico di sana follia e di seducente imprevedibilità: decine di linee, centinaia di modelli, massima cura per ogni dettaglio. Le medagliette sono il frutto dell'antica tradizione orafa di Valenza, in cui l'azienda affonda le sue radici, con una selezione ampia e va-

## FROM ACCESSORIES TO DESIGN ITEMS

The connection between usefulness and look of MyFamily accessories creates a brand capable to differentiate specialized shops at best

MyFamily is a company aiming at constant innovation, which anticipates and leads the trends of the sectors to the advantage of its business partners such as specialized shops. Retailers are eager to offer MyFamily products, because they represent a brand capable to differentiate specialized shops.

Tags and engraving systems, leashes, collars and harness, and now even hygiene products: they are fundamental for the safety of pets and for the satisfaction of those who love them.

MyFamily confirms a strong company identity: in the heart of a hard working region such as Piedmont, the company chose to manage production, logistics and promotional process internally. The most important advantage of this policy is the utmost creative and planning freedom for every idea, besides the reduction of costs and of production times. From the initial concept to production, logistics and marketing, every detail of MyFamily products is born and developed within the 15 internal departments, where every need has a specific and immediate solution. Everything is made in Italy, with full respect of employees and far from “profit at all costs” philosophy.

For MyFamily, it would be unacceptable to manufacture products dedicated to pet safety and forget the rights and well-being of people.

### A STEP BACK

In order to understand the choice of MyFamily and Alessandro Borgese, its volcanic and dynamic founder and owner, it is better to take a step back and start from the beginning. It all started in 2010 in the city of Valenza (Piedmont), the district of goldsmithing tradition, with a new arising view: transforming the pets ID tags into a real design product, capable of evoking emotions. MyFamily was founded after the idea of giving a soul to the metal ID tag, conveying its importance in helping cats and dogs to be quickly identified and helped in case of loss. On this intuition, the company has grown quickly, offering to the Italian and international market hundreds of ID tags never seen before, hand-enamelled and perfect in every detail. Together with tags came *Tecla*, the instant engraving machine that can be used by final customers, thus ensuring a new purchasing experience. Later on came collars and leashes, made with hand-crafted care, creativity, technology innovation: a collection of “smart” accessories capable to “interact” with people. Today the company has also launched a line of shampoo and sanitizing products.

### THE WORLD CHANGES AND SO DOES HARNESS

In a world under constant evolution, where daily items are becoming increasingly technological, useful and functional, MyFamily decided to make smart and interactive leashes, harness and collars. What makes *memopet* collection special is technology: thanks to the NFC chip, the harness can interact with smartphone by simply placing it near the chip.

Specialized shops already know *memopet* collection of collars and leashes. The harness is the latest product. An innovative accessory that is designed to be safe and comfortable in every detail. Thanks to an angled pectoral belt, the pressure on the dog's neck is reduced and *Pelostop* padding prevents fur from getting tangled. In addition, reflective trim at the edge allows the harnesses to glow in the dark. The collection is available in several fashion colours: red,



ria difficile da trovare sul mercato. Si va dalle medagliette *Friends* smaltate a mano che producono centinaia di razze di cani e gatti con dovizia di particolari, alle *Shine* con smalto glitter, alle *Glam* con strass Swarovski, alle *Charms* con frasi tenere e spiritose.



Sono così belle che talvolta si dimentica la cosa più importante. Le medagliette MyFamily sono lo strumento più veloce e sicuro per consentire al proprietario pet di riabbracciare il suo amico a quattro zampe in caso di smarrimento. Basta incidere sul retro il numero di cellulare e il nome dell'animale per consentire a chi lo ritrova di ritrovare subito anche il suo padrone.

Accanto alle medagliette, la guinzaglieria. Il design di ogni prodotto è esclusivo, con finiture degne delle griffe dell'alta moda. La varietà delle collezioni, ispirate alle città del mondo, consente la più ampia alternativa in fatto di stili e di materiali, tutti rigorosamente made in Italy: si può scegliere l'eleganza della vera pelle, la sostenibilità della similpelle o la versatilità dei tessuti sintetici. Alla bellezza estetica, che si amplifica grazie alla varietà delle texture, dei colori e delle finiture metalliche, si aggiunge la funzionalità di brevetti innovativi.

### **Voglia di igiene e di natura**

Un'altra grande novità del 2021 in casa MyFamily è una linea per l'igiene dell'animale e della casa, tema a cui i proprieta-

green, blue, rose, orange black. They match the colours of leashes and collars. Just like *memopet* collar and leash, the harness has technological features: by placing the smartphone near *memopet* buckle, all data will be available on the smartphone and ready at hand. This is the connection between a useful and interactive tool. NFC chips interact with *memopetID* app on the smartphone to ensure a complete and revolutionary service. Pet owners can upload and update the pet's personal and health information, monitor the activity with pets, start "interactive walks", receive updated data on walks together, receive useful tips and much more... the harness becomes an ID card and digital database, which can be customized at anytime. The goal is to ensure the utmost pet safety and to create new interaction possibilities with their owners.

This is possible thanks to sustainable technology, respectful of the pet. *memopet* harnesses, leashes and collars do not release electromagnetic waves, they do not require battery and NFC technology is water resistant.

### **USEFUL, BUT ALSO REAL JEWELS**

The tag sector is the core business of MyFamily. Tags are one of the most important accessories for pets - probably the most important in terms of safety - and My Family always wanted to pay the necessary attention to this product.

Browsing among MyFamily tag collections means to enter a world where artisan care and creativity merge with a touch of madness and unpredictability: dozens of lines, hundreds of models, utmost care to every detail. Tags are the result of Valenza goldsmith tradition, where the company is rooted, with a broad and varied selection that is hard to find on the market. From hand-enamelled *Friends* tags, which represent hundreds of cat and dog breeds, to *Shine* tags with glitter enamel, *Glam* tags with Swarovski crystals and *Charms* tags with funny and nice messages, They are so beautiful that sometimes you forget the most important thing. MyFamily tags are the quickest and safest way for owners to find their lost pet. Just engrave the phone number and the pet's name on the back to help the pet finder contact the owner immediately.

The design of leashes is exclusive, with haute couture details. The collections are varied and inspired to world cities they ensure a wide alternative in terms of style and made-in-Italy materials. There is real leather but also imitation leather or synthetic fabric. The beautiful design is boosted by the variety of texture, colours and metal details. Moreover, leashes also feature innovative patents.

### **HYGIENE AND NATURE**

New for 2021 at MyFamily: the line for the hygiene of pets and the house, which is quite a hot topic among pet owners at the moment. *Nebularia* range features AIAB (Italian Association for Organic Agriculture) certification, which is also a useful selling point: it guarantees that production techniques ensure high-quality raw ingredients with low environmental impact. Another important feature is the spray system, compared to traditional dispenser: it allows even application on the coat and strongly reduce product consumption.

The line includes three products, available in a beautiful 24-piece counter display.

*Shampoo Spray* aims at cleaning, sanitizing, protecting, soothing and moisturising the coat of dogs, thanks to sanitizing and anti-odour active silver plus organic essential oils of tea tree, lavender, verbena, citronette, neem and peppermint.

*Spray Sanitizer Doghouse and Surface* is the cleansing and sanitizing lotion for doghouses, pillows, beds, blankets and all surfaces the dog gets in touch with. It relies on tea tree essential oil and active silver.

ri pet sono sempre più sensibili in questo delicato momento. Importante caratteristica della gamma *Nebularia*, che rappresenta un utile argomento di vendita, è la certificazione AIAB (Associazione Italiana per l'Agricoltura Biologica) che comunica al cliente l'adozione di una metodologia di produzione che prevede l'impiego di materie prime di alto livello qualitativo e a basso impatto ambientale. Un'altra caratteristica è il sistema spray rispetto ai classici dispenser che permette un'applicazione più omogenea sul pelo del cane e riduce notevolmente il consumo del prodotto.



Tre sono i prodotti, presentati in un bell'espositore da banco da 24 pezzi.

Lo *Shampoo Spray* è una soluzione ideata per detergere, igienizzare, proteggere, lenire e idratare il manto del cane grazie alla presenza di argento attivo ad azione igienizzante e antiodore e oli essenziali naturali biologici di tea tree, lavanda, verbena, citronella, neem, menta piperita.

L'*Igienizzante Cuccie e Superfici Spray* è una soluzione detergente e igienizzante ideale per cuccie, cuscini, lettini, coperte e in generale tutte le superfici a contatto con il cane che si avvale dell'efficacia dell'olio essenziale di tea tree e dell'argento attivo.

L'*Igienizzante Zampe Spray* è una soluzione detergente per la pulizia delle zampe del pet che contribuisce a proteggere, lenire ed idratare le delicate zampe del cane.

Contiene argento attivo e oli essenziali naturali biologici di tea tree, lavanda, verbena, citronella, neem, menta piperita.

## Protagonista del pet internazionale

Con un organico di oltre 100 dipendenti ripartiti tra la sede piemontese di Valenza e quella americana di Orlando (Florida USA), MyFamily è protagonista sulla scena internazionale in più di 80 Paesi, con prodotti che abbinano tecnologia, cura artigianale, ed eco-sostenibilità.

Tutto questo ha ancora più valore se si pensa che il 100% della produzione avviene in Italia. Come dicevamo all'inizio dell'articolo, MyFamily gestisce internamente ogni processo produttivo, logistico e promozionale: lavorazione dei metalli, stampaggio iniezione materie plastiche, smaltatura, verniciatura, officina progettazione e realizzazione stampi, laboratorio di sartoria e pelletteria dove si lavora a mano come un tempo, meccatronica e software house, tipografia per packaging, espositori e materiali di comunicazione. Per quanto riguarda la distribuzione B2B dei prodotti MyFamily, il 2021 vede una novità. Dopo una parentesi di due anni con la distribuzione affidata a Camon, da gennaio tutti i clienti Italiani che vogliono ordinare i prodotti MyFamily possono rivolgersi direttamente all'azienda. (M.E.)

*Spray Paw Sanitizer* is the cleansing solution that protects, soothes and moisturises dogs' delicate paws. It contains active silver and organic natural essential oils of tea tree, lavender, verbena, lemongrass, neem, peppermint.

### INTERNATIONAL PET STAR

With over 100 employees working in the Italian Valenza plant and the American Orlando (Florida) plant, MyFamily is a star on the international panorama in over 80 countries, with products combining technology, artisan care and eco-sustainability.

It is even more important, since 100% products are made in Italy.

MyFamily manages production, logistics and promotional process internally: metal processing, plastic injection printing, enamelling, mould design and development, tailor and leather laboratory, mechatronics and software house, printing service for packaging, display and communication material.

As for B2B distribution of MyFamily products, 2021 will reveal some news. For two years the products were distributed by Camon: since January, all Italian customers can order MyFamily products directly to the company.



## VALORIZZARE L'OFFERTA, MASSIMIZZARE I PROFITTI

MyFamily crede nell'efficacia dei sistemi espositivi, per questo fornisce gratis kit studiati per fidelizzare e vendere di più. I kit espositivi di MyFamily "dialogano" con il pubblico e rendono più visibili medagliette, collari e guinzagli. Ogni kit, fornito gratuitamente al negoziante, comprende: adesivo stop Rayon, adesivo Authorised Reseller, un pad da banco, un totem pubblicitario, un catalogo prodotti e una vetrofania "incidi qui la medaglietta". A questo si aggiungono gli espositori MyFamily, rinnovati nella grafica per essere ancora più eleganti e in linea con le tendenze del mondo pet. Così, sul punto vendita, è possibile creare un "ecosistema" di supporti di comunicazione che consente di valorizzare l'offerta di prodotti e accessori, permettendo ai rivenditori di massimizzare i profitti e fidelizzare i clienti. Inoltre, l'espositore di medagliette diventa non solo un supporto per mostrare i prodotti all'interno, ma anche un sistema integrato con l'incisore *Techla* progettato per il diretto uso dell'utente finale.



## ENHANCE THE OFFER, MAXIMIZE PROFITS

MyFamily believes in effective display systems. The company provides free kits aiming at attracting customers and increasing sales. MyFamily display kits "talk" to customers and improve the visibility of tags, collars and leashes. Each free kit for retailer includes: Rayon stop sticker, Authorised Reseller sticker, counter pad, advertising totem, product catalogue and "engrave your tag here" window sticker. Moreover, there are also MyFamily display with renewed graphic to increase the elegance, in line with pet trends. It is possible to create an "ecosystem" of communication tools in shops to enhance the offer of products and accessories, helping retailer maximize profit and gain customer loyalty. Moreover, the tag display is also an integrated system with *Techla* engraving machine, developed to be used directly by final customers.

## BELLE E UNICHE PERCHÉ PERSONALIZZATE

*Techla* è un grande esempio di made in Italy, punto di riferimento per la personalizzazione di medagliette nei più importanti pet shop di tutto il mondo: un sistema di incisione istantaneo semplice, intuitivo e veloce, con una punta di diamante da 120 gradi che garantisce precisione assoluta. *Techla* è facilissima da usare, il negoziante può anche far incidere la medaglietta direttamente dagli stessi clienti. Basta scegliere il modello, inserirlo direttamente in *Techla* senza toglierlo dalla sua confezione: il riconoscimento del modello avviene in automatico e con rapidità grazie al lettore di codici a barre. Poi si compone sul display il nome del cane e le informazioni desiderate ed ecco fatto! Non servono strumenti esterni, grazie alle speciali confezioni delle targhette studiate per mantenere le medaglie ferme e stabili. È possibile inoltre incidere tutte le lingue del mondo: una novità che soddisfa le richieste di tutti i clienti internazionali.



## BEAUTIFUL, UNIQUE AND CUSTOMIZED

*Techla* is a great example of made in Italy production. It is a point of reference for tag customization in the most important pet shops all over the world. It is a simple, intuitive and quick instant engraving system, with a 120 degree diamond tip ensuring the utmost precision.

*Techla* is easy to use: customers themselves can engrave their own tag. Just choose the model, put it inside *Techla* with the package. The machine will quickly detect the model by its barcode. Then, enter the dog's name and other information on the display and that's it! No other tools are necessary, thanks to special tag packages developed to preserve tags still. All languages are available for engraving, to meet the demand of all international customers.





# I 7 PILASTRI DEL MODELLO DI BUSINESS

Garantisci longevità e crescita alla tua impresa

ASSUNTA INCARNATO

**Alimenta il successo del tuo pet shop concentrandoti sui fattori chiave che rendono profittevole un'attività commerciale**

**N**el corso della mia esperienza professionale, prima come collaboratore di studio, poi come Dottore Commercialista, e oggi come consulente in Strategia Aziendale, ho sempre cercato di comprendere e approfondire le dinamiche che rendono un'impresa profittevole nel lungo termine.

Usualmente la maggior parte delle imprese italiane non cresce negli anni: dopo una prima fase di start up, durante la quale aumentano progressivamente i clienti e quindi il fatturato, questo tende ad assestarsi.

Quindi, dopo qualche anno dalla costituzione, la maggior parte delle imprese smette di crescere, conseguendo un fatturato stagnante, utili risicati e di conseguenza nessun significativo incremento di liquidità da reinvestire in nuovi progetti.

**Di norma in Italia le imprese non crescono negli anni: dopo una prima fase si assestano e si fermano**

Analizziamo le statistiche: il tessuto imprenditoriale italiano, diversamente da tanti altri Paesi, è costituito per la maggior parte da un altissimo numero di piccole e medie imprese (99,4% del totale).

Anzi, a voler essere precisi, il 94,8% sono in realtà delle microimprese e solo il 4,6% sono piccole imprese (fonte CGIA Mestre). Detto in altre parole: su 100 imprese, 94 fatturano meno di due milioni di Euro e poco più di 4 arrivano a fatturarne dieci milioni.



(In questa infografica puoi trovare i parametri che definiscono la dimensione delle imprese secondo la normativa comunitaria)

	<b>Dipendenti</b>		<b>Fatturato</b>		<b>Attivo</b>
<b>Grande impresa</b>	≥250	oppure	> €50 mln	oppure	> €43 mln
<b>Media impresa</b>	<250	oppure	≤ €50 mln	oppure	≤ €43 mln
<b>Piccola impresa</b>	<50	oppure	≤ €10 mln	oppure	≤ €10 mln
<b>Micro impresa</b>	<10	oppure	≤ €2 mln	oppure	≤ €2 mln

### **MA PERCHÉ LE AZIENDE ITALIANE TENDONO A NON CRESCERE NEL TEMPO?**

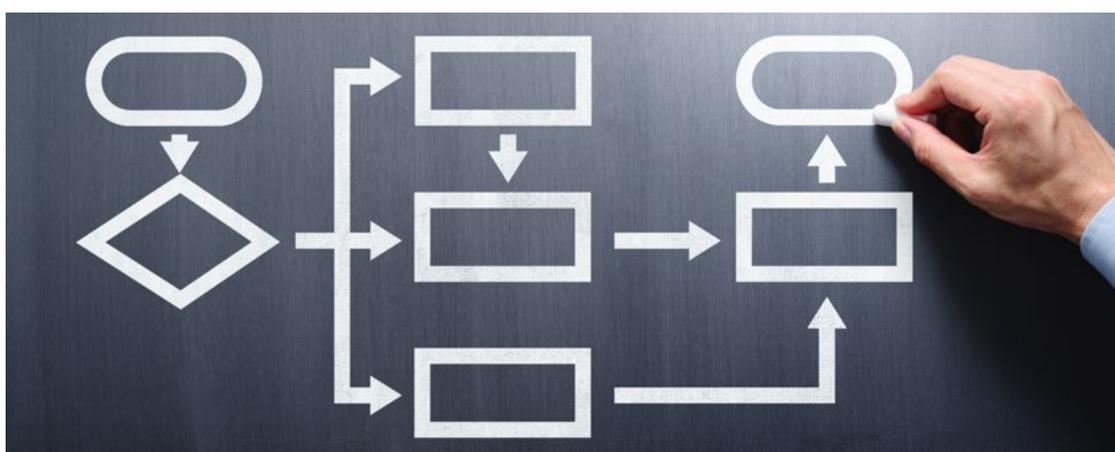
Dopo tanti anni di esperienza posso senz'altro affermare che gli imprenditori che hanno avuto più successo – e che quindi con tanta fatica, perseveranza e lungimiranza hanno sviluppato aziende che poi sono diventate punti di riferimento autorevoli per i loro clienti e nel loro settore - sono proprio quegli imprenditori che sono consapevoli del Modello di Business della propria attività e che sono stati in grado di svilupparlo nel tempo.

Se anche tu vuoi avere più clienti, aumentare il fatturato, i margini di guadagno ma soprattutto sviluppare la tua impresa e farla crescere in modo sostenibile e duraturo, devi conoscere e innovare nel tempo il suo Modello di Business.

### **MA CHE COSA SI INTENDE CONCRETAMENTE PER MODELLO DI BUSINESS?**

Il mese scorso, su queste pagine, abbiamo appreso una delle definizioni di Modello di Business più azzeccate e attuali: quella espressa da Joan Magretta, autrice per l'Harvard Business Review e Senior Partner di *Bain & Co.*, una delle più note società di consulenza strategica al mondo.

Secondo la definizione data da Joan Magretta, il modello di business di un'azienda è, in fondo, la storia che racconta come questa azienda funziona e come essa raggiunge i suoi obiettivi di business in modo profittevole.



Quindi la domanda a questo punto è:

*Come può un'azienda raggiungere i propri obiettivi di business in modo profittevole?*

Sebbene la domanda sia in apparenza molto semplice, non si può dire ugualmente della risposta, che al contrario è tutt'altro che banale.



Per poter rispondere a questa domanda in modo corretto e completo, senza correre il rischio di commettere errori di valutazione che potrebbero rivelarsi controproducenti, in effetti bisogna prima di tutto conoscere e approfondire il funzionamento degli ingranaggi che costituiscono nel loro insieme un modello di business solido ed efficace.

Ecco perché ho passato gli ultimi anni della mia vita a studiare e analizzare le più efficaci metodologie di analisi elaborate dalle migliori Business School al mondo, per poi semplificarle e adattarle alle PMI italiane. Dopo anni di ricerche e test, ho definito il mio personale metodo di lavoro, grazie al quale è possibile analizzare il modo di business di un'impresa.

In questo articolo voglio condividere brevemente con te il mio metodo di lavoro, che è costituito da 7 pilastri, tutti indispensabili per costruire un'azienda sana e prospera negli anni.

Vediamoli brevemente assieme.

### #1 INDIVIDUAZIONE DEL MERCATO (E DEL CLIENTE) TARGET

Uno dei più grandi errori commessi dalla maggior parte degli imprenditori è non approfondire i bisogni dei propri clienti potenziali e quindi del mercato target.

Un cliente è disposto ad aprire il suo portafoglio e acquistare i tuoi prodotti o servizi solo nella misura in cui la tua attività è in grado di risolverglieli.

La parola d'ordine quindi, è specificità.

Un'impresa di successo conosce i problemi dei propri clienti ed elabora un sistema di prodotti e servizi in grado di risolverli e farsi così preferire rispetto ai suoi concorrenti.

### #2 ANALISI DELLA CONCORRENZA

Un altro aspetto fondamentale di un buon modello di business è l'analisi della concorrenza.

Erroneamente la maggior parte degli imprenditori pensa che concorrente sia sinonimo di chiunque offra i medesimi prodotti e servizi, a un prezzo forse più basso. Magari anche a te, la parola concorrenti evoca subito altri pet shop o grandi catene con prezzi stracciati rispetto ai tuoi, sui medesimi prodotti.

Magari fosse così semplice: in realtà non lo è.

I concorrenti non sono solo gli altri nel tuo stesso settore, ma piuttosto tutte le soluzioni che sono in grado di risolvere i problemi del tuo target di riferimento e che si potrebbero frapporre tra te e loro, intercettandolo e facendoti perdere clienti, vendite e quindi fatturato.

Fare un'analisi completa e approfondita della concorrenza, è fondamentale per strutturare servizi e prodotti interessanti, unici e differenzianti e fare così in modo di essere la prima scelta dei tuoi clienti potenziali.





### #3 SISTEMA DI OFFERTA

Un imprenditore che conosca il proprio mercato e il suo settore di riferimento sa che non deve vendere tanto prodotti o servizi, quanto piuttosto soluzioni.

Pertanto dopo aver analizzato i bisogni del tuo cliente ideale e le soluzioni a sua disposizione, sarà molto più semplice strutturare un sistema di offerta (ossia i prodotti e i servizi che appunto offri al mercato) davvero unico e differenziante e quindi redditizio.

### #4 ORGANIZZAZIONE INTERNA

Nessuna impresa è solo marketing, neppure il tuo pet shop: bisogna essere in grado di organizzare la struttura aziendale in modo efficace ed efficiente, certo offrendo un servizio eccellente alla clientela ma sempre con un occhio ai costi.

Questi gli aspetti che dovresti sempre tenere a mente:

- selezionare, formare e organizzare il lavoro dei tuoi collaboratori;
- individuare i migliori fornitori strategici e instaurare con loro una collaborazione proficua per entrambi e duratura;
- instaurare partnership con altre imprese per raggiungere più facilmente gli obiettivi di business grazie alle Joint Ventures Strategiche.

### #5 ANALISI DEL MACROAMBIENTE

L'analisi del macroambiente è un altro aspetto troppo spesso trascurato, che al contrario si rivela essenziale ai nostri scopi.

È importante perché ti permette di comprendere quali siano le dinamiche politiche, economiche, sociali, tecnologiche che influenzano, in negativo o in positivo, i tuoi risultati di business.

Un esempio concreto e attuale lo abbiamo vissuto proprio in occasione della pandemia causata da Covid-19: gli effetti negativi, anche in uno stesso settore, non hanno toccato TUTTE le imprese che lo componevano, bensì quelle che non hanno colto l'opportunità per innovare il proprio modello di business.

**Dietro un'attività affermata e di successo, c'è un imprenditore consapevole del proprio Modello di Business**



#### QUELLO CHE I COMMERCIALISTI NON DICONO

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

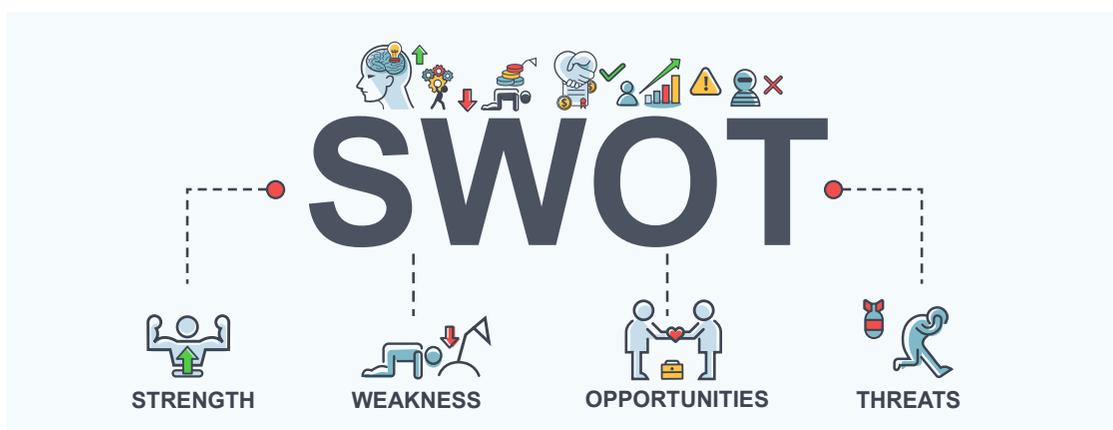


## #6 SWOT E VANTAGGIO COMPETITIVO

La matrice SWOT è uno strumento indispensabile per riassumere le analisi fin qui fatte e prendere le decisioni più efficaci per il raggiungimento dei tuoi obiettivi di business.

Più precisamente, la matrice SWOT approfondisce i seguenti quattro aspetti, i cui nomi compongono l'acronimo che la determina:

- 1 i tuoi punti di forza (S come Strength, forza);
- 2 i tuoi punti di debolezza (W come Weakness, debolezza);
- 3 le opportunità che puoi cogliere nell'ambiente esterno alla tua attività (O come Opportunities, opportunità);
- 4 le minacce esterne alla tua impresa, da individuare e monitorare nel tempo (T come Threats, minacce).



## #7 I NUMERI

Non si può analizzare il modello di business e verificare il raggiungimento dei propri obiettivi imprenditoriali senza l'ausilio dei numeri.

Sono infatti solo i numeri a indicare chiaramente se – per esempio - abbiamo centrato gli obiettivi di vendita, se le procedure interne hanno davvero migliorato la produttività aziendale, se il cash flow operativo è positivo e sufficiente per migliorare il rating bancario.

Solo i numeri possono in definitiva indicare chiaramente se il modello di business della nostra azienda è davvero efficace e in grado di generare Fatturato, Utili e Liquidità.

Ecco, ho voluto offrirti una panoramica dei 7 pilastri che stanno alla base di un'impresa solida e prospera nel tempo. Naturalmente in questo articolo ho cercato – per questioni di spazio – di sintetizzarli al meglio, ma nei prossimi articoli entrerà maggiormente nel dettaglio, e li approfondiremo assieme uno a uno, affinché tu abbia tutti gli strumenti per sviluppare la tua impresa.

A presto!



**ASSUNTA  
INCARNATO**

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

# COME PROPORRE OFFERTE DA 500 €

anche se vendi croccantini

NICOLA BENINCASA

**Esistono tecniche per vendere a ogni prezzo: noi oggi facciamo la magia di far passare un'offerta veramente alta**

**N**el marketing e nella vendita girano un sacco di nomi strani: upselling, cross-selling, bundle ecc.  
Nomi difficili per dire però più o meno la stessa cosa: offerta.

Chiariamo anzitutto una cosa: offerta non significa sconto, offerta significa PROPOSTA, quella che devi fare al mercato per attivare i tuoi clienti.

Oggi vediamo proprio la più difficile delle offerte possibili: quelle ad alto budget. Ti mostrerò con un esempio come realizzare questo tipo di azione davvero fondamentale per far crescere a dismisura il tuo cassetto.

## **PER CHI COSTRUIRE UN'OFFERTA DA 500 €**

Come sempre, prima di decidere la tattica ovvero gli strumenti di vendita, è necessario definire la strategia e quindi decidere a chi far arrivare questo tipo di offerta.

### **Quest'offerta non va bene per i nuovi clienti.**

Diciamolo subito: le offerte ad alto budget o potenziale non sono le migliori alleate per farsi nuovi clienti. Queste persone hanno bisogno di tempo per diventare buoni clienti, di fidarsi di te e del tuo negozio. Per loro, esiste un altro tipo di strategia che vedremo nei prossimi articoli.



# IL PRIMO GESTO DOPO OGNI PASSEGGIATA. PERCHÉ L'IGIENE INIZIA DALLE ZAMPE

CON  
PALMAROSA,  
TIMO ED EUCALIPTO



## Lo Spray Igienizzante per le zampe dei cani

Igiene e pulizia sono elementi importanti nella convivenza tra esseri umani e amici animali. Per questo abbiamo realizzato lo **Spray Igienizzante**, un'innovativa **soluzione naturale per le loro zampe** che si basa sulle proprietà eccellenti degli oli essenziali di Palmarosa, Timo ed Eucalipto. Igiene profonda e sicura per l'animale e per la casa. Ogni giorno.



camon.it



**CAMON**<sup>®</sup>  
We love pets

Per chi va bene allora? Se non va bene per i nuovi è chiaro che questa strategia si sposa benissimo con i tuoi clienti migliori, quelli fidelizzati e di lunga data. Il primo passaggio è quello quindi di raccogliere dal tuo database la lista dei tuoi clienti migliori o alto spendenti, quelli che spendono di più da te.

Non hai un database? Partiamo male, molto male!

### PERCHÉ È FONDAMENTALE REALIZZARE QUESTE OFFERTE

Deciso l'obiettivo (target) devo capire perché è strategico avere offerte ad alto potenziale. Come detto in altri articoli e più volte qui su Zampotta Pet Business, la salute di un negozio si misura dal suo flusso di cassa (cashflow).

Ecco: questo tipo di offerte influisce in modo estremamente positivo soprattutto sulla cassa.

È per questo motivo che si colloca tra le scelte più strategiche che puoi fare: un ottimo flusso di cassa ti permette di fare molti investimenti (marketing, personale, negozio), ti permette di far crescere molto rapidamente la tua azienda.

Vediamo ora, in concreto, come realizzare questo tipo di offerte.

### VENDERE SOPRA I 500 €: ESEMPIO PRATICO

Prima di spiegarti come fare devo aprire una piccola parentesi di impostazione mentale.

Non è vero che le persone non comprano prodotti high ticket.

È vero il contrario: le persone comprano spinte dall'emotività anche se spesso non possono permettersi ciò che desiderano.

Molte persone che possiedono un iPhone non possono permetterselo.  
Così come le macchine, le scarpe, una TV, la lavatrice e via discorrendo.

**Offerta non significa sconto,  
offerta significa proposta**

Quindi non farti prendere dalla paura di alzare i prezzi o creare offerte ad alto profilo.  
Chiusa parentesi.

Detto questo vediamo in concreto come fare.  
Abbiamo due strade:

- 1 prendere un prodotto e crearne una versione premium o accessoriata oppure
- 2 creare un super pacchetto di prodotti (bundle). Oggi vediamo la seconda opzione.

Mariangela ha un negozio di animali in provincia di Livorno. Vuole aumentare la sua cassa e ci chiede una mano. Dopo aver raccolto i dati di contatti dei suoi migliori clienti prepariamo l'offerta. Anzi le offerte perché ne facciamo una per i possessori di cani e una per i possessori di gatti. Cambia l'amico ma rimane identica l'offerta.

Diamo un nome all'offerta (questo aspetto è fondamentale perché ti serve per creare qualcosa che non possa essere paragonato con le offerte concorrenti): "6 mesi di pranzetti speciali". Che cosa facciamo: decidiamo di alzare il valore medio dello scontrino per portarlo a 85 € e mettiamo insieme la media di un mese di acquisti a cui aggiungiamo altri prodotti e servizi.



L'offerta comprende X kg di mangime (fra riso, scatolette e secco) + 1 lavaggio (nel caso dei cani) + altri prodotti per l'igiene dell'animale. Il tutto a 500 € per 6 mesi. Questo pacchetto mensilmente costerebbe 100 €, acquistato in un'unica soluzione lo paghi 85 €.

**Prodotti di fascia alta =  
prodotti + servizio + assistenza**

Consegna a domicilio di tutto e tu non dovrai più pensare all'acquisto del cibo per il tuo migliore amico.

Quali sono i vantaggi: il primo è che facciamo molta più cassa incassando subito 500 € invece che 100 € o giù di lì. Il secondo è che fidelizziamo il cliente offrendogli un servizio high ticket che la concorrenza non offre.

Risultato? Abbiamo spedito delle lettere cartacee a questi clienti, li abbiamo fatti venire in negozio e di questi 6 hanno acquistato subito l'offerta con un incasso immediato di 3.000 €.

Per aiutarti usa la leva finanziaria dei nuovi sistemi di pagamento dilazionato, come PagoDIL o Scalapay o loro equivalenti, con cui pagare comodamente anche in dieci rate, senza interessi, con accredito bancario.

## IN CONCLUSIONE

Riassumendo con una formula potremmo dire che l'offerta comprende: prodotti + servizio + assistenza = prodotti di fascia alta.

Considera che i due trigger che attivano le persone alto spendenti sono esclusività e comodità. Crea un servizio unico e rendi loro facile la vita, scoprirai che non è così difficile vendere offerte ad alto potenziale come queste.

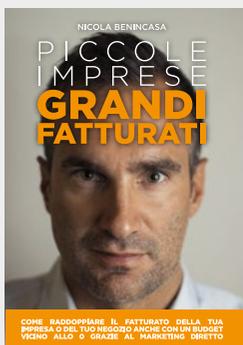
Tutto chiaro?

Alle tue conversioni.



**NICOLA  
BENINCASA**

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



## PICCOLE IMPRESE GRANDI FATTURATI

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

Publicato nel 2018 è già alla seconda ristampa.

Puoi trovarlo su:

[www.turbobusiness.it/ vendita-libro](http://www.turbobusiness.it/ vendita-libro)



# MESSAGGERIA Istantanea:

come usarla coi clienti del pet shop

SILVIA MARINI

**La nuova tendenza all'interazione col singolo cliente ci fa scoprire come parlare a oltre 100 follower ma sempre individualmente**

**N**egli articoli precedenti ti ho parlato di come Facebook possa essere utile a un pet shop per farsi trovare da nuovi clienti, creare una relazione con loro e aumentare le proprie vendite.

Facebook, così come tutti i social, viene però solitamente visto come un luogo dove il negozio di animali comunica con i propri clienti o altre persone interessate ai prodotti, attraverso post, immagini, video, eccetera.

Ma è questo l'unico modo di comunicare oggi su Facebook?

No! Infatti, la nuova tendenza è un'altra...

Il brand non solo comunica con il suo pubblico, ma nello specifico cerca di rivolgersi a ogni singolo follower.

Chiaramente, questa tecnica sembra applicabile solo se sulla tua Pagina Facebook hai poche persone che ti seguono.

Ma come fare quando la tua community è formata da centinaia, se non migliaia, di persone? Attraverso la messaggiera istantanea di Facebook.

## **MESSAGGERIA Istantanea E MARKETING RELAZIONALE**

La messaggiera istantanea è l'elemento fondamentale di quello che in gergo viene definito "Marketing Relazionale".

In pratica, da qualche anno, l'obiettivo delle aziende (dal piccolo negozio fino alla multinazionale) è ormai quello di diventare un punto di riferimento per il cliente, creando un legame nel lungo periodo.



Un cambiamento radicale, quindi, rispetto al vecchio modello di marketing dove l'unico obiettivo era la vendita singola dei propri prodotti.

Con il nuovo modello, invece, si crea un legame di fiducia con il cliente, non limitandosi al singolo acquisto. Questo farà in modo che il cliente soddisfatto torni dall'azienda per acquistare nuovi prodotti. Mantenere un cliente è molto più semplice ed economico che cercarne sempre uno nuovo.

E non solo: un cliente soddisfatto parlerà bene dell'azienda ai suoi amici e conoscenti, portando nuove persone all'azienda.

Le strategie di marketing dei prossimi anni si fonderanno, dunque, sulla conversazione, e lo strumento più efficace per fare questo è certamente la messaggia istantanea.

**Oggi il brand non solo comunica con il suo pubblico, ma si rivolge e risponde a ogni singolo follower**

### **COS'È E COME FUNZIONA?**

Quante volte ti è capitato di entrare in una Pagina che ti piace, chiedere un'informazione e ricevere immediatamente una risposta simile: "Ciao, grazie di averci scritto. Scrivi pure la tua domanda".

Beh, in quel caso è chiaro che non ci sia qualcuno attaccato 24 ore su 24 al computer a scrivere messaggi simili. Molto più semplicemente, è stata impostata una risposta automatica che riceverà chiunque invierà messaggi alla pagina.

Questo è però un utilizzo un po' banale.

**NEW**

NATURAL SUPERFOOD

**uno**  
DI FAMIGLIA  
DOG CAT FOOD

**NEW**

**microbiota**  
EQUILIBRIO + SALUTE  
**ADULT**  
CON STORIONE, SALMONE E TROTA  
WITH STURGEON, SALMON AND TROUT  
**NO GRAIN ADDED**

made in Italy

CONFEZIONE RICHIUDIBILE SALVAFRESCHEZZA

**microbiota**  
EQUILIBRIO + SALUTE  
**ADULT**  
CON STORIONE, SALMONE E TROTA  
WITH STURGEON, SALMON AND TROUT  
**NO GRAIN ADDED**

**microbiota**  
EQUILIBRIO + SALUTE  
**ADULT**  
CON STORIONE, SALMONE E TROTA  
WITH STURGEON, SALMON AND TROUT  
**NO GRAIN ADDED**

Storione fresco primo ingrediente  
Fresh sturgeon first ingredient

CON INGREDIENTI NATURALI  
WITH NATURAL INGREDIENTS

50% INGREDIENTI DI ORIGINE ANIMALE  
INGREDIENTS OF ANIMAL ORIGIN

FRUTTA & ORTAGGI  
+ VITAMINE E MINERALI  
FRUIT & VEGETABLES + VITAMINS & MINERALS

**NO** CEREALI AGGIUNTI  
GRAIN ADDED

chemiVit  
PETFOODS PER CARE

CHEMI-VIT s.r.l. Via Don Milani, S/C - 42020 Quattro Castella - RE - Italy  
Tel. +39 0522 887959 - Fax +39 0522 888200 - 338 1352865  
e-mail: info@chemi-vit.com - web: www.cliff.com

Seguici su  
Follow us

Insieme, infatti, potresti aggiungere anche:

- L'indirizzo del tuo sito web
- Il tuo contatto telefonico
- Il link a un contenuto che ha avuto particolarmente successo (un post o un articolo del tuo blog)

E così via.

Attivare questa funzione sulla tua Pagina Facebook è molto semplice.

Devi entrare nelle “Impostazioni”, che trovi sulla barra di sinistra appena sotto “Gestisci Pagina”.

Dopodiché, bisogna selezionare la voce “Messaggi” che trovi sulla colonna di sinistra.

Qui cliccare e andare sul link “Accedi a Risposte Automatiche”, cliccare ancora e attivare “Risposta Istantanea”.

Questo è il momento di personalizzare la tua risposta, cliccando su “Modifica”.



Un'altra funzione interessante è quella relativa allo “Stato assente”.

Infatti quando non si è collegati su internet, la risposta automatica può non bastare, perché magari l'utente pone delle domande a cui bisogna rispondere in prima persona.

Purtroppo però lasciare inevasa la risposta per ore avrà come unico effetto quello che la persona si rivolgerà a un tuo concorrente (e non lo rivedrai mai più).

Per evitare questo, bisogna essere sinceri e dire che in quel momento non sei on line, e magari lasciare un contatto telefonico per una risposta immediata.

Vai quindi su “Messaggio per lo stato assente” e clicca su “Modifica”. Qui potrai personalizzare il tuo messaggio e fissare in maniera automatica i giorni e gli orari in cui sarai assente (per esempio il sabato e la domenica e tutti i giorni dalle 19:00 alle 24:00).

L'altro elemento che ti voglio segnalare e che può essere importante per la tua pagina sono le FAQ: domande che suggerisci all'utente (per un massimo di cinque) a cui aggiungere magari una risposta automatica.

Capita anche che all'apertura di una pagina, appaia subito una chat che ti chiede, per esempio, se vuoi conoscere:

- L'orario del negozio
- I giorni di apertura
- Il numero telefonico

Questa funzione è molto utile, perché fornisce subito all'utente tutte le informazioni che vuoi comunicargli, senza dargliele in modo invasivo, ma facendo sì che sia lui a chiederle.



fres  
KISS  
imo  
LORO COME NOI  
Formula PLUS



CERCA IL FRIGO freskissimo ALL'INTERNO DEL NEGOZIO!

È COMPLETO,  
È GIÀ COTTO,  
È FRESCO!



100% CARNE ITALIANA

Nuova, più appetitosa  
linea gatto



I CONSUMATORI PREMIANO L'INNOVAZIONE!  
LA LINEA FRESKISSIMO CANE È STATA ELETTA PRODOTTO DELL'ANNO 2020.

- ALTISSIMA PERCENTUALE DI CARNE
- ALTISSIMA DIGERIBILITÀ
- ALTA APPETIBILITÀ
- SENZA FARINE E DISIDRATATI DI CARNE
- SENZA CONSERVANTI AGGIUNTI



\* La linea Freskissimo Cane è stata eletta Prodotto dell'Anno 2020. Ricerca PDA®/IRI 01/2020 su 12.000 consumatori italiani, su selezione di prodotti venduti in Italia. prodottodellanno.it cat. PET FOOD

[www.freskissimopetfood.it](http://www.freskissimopetfood.it)

Devi andare alla sezione “Condividi e Ottieni Informazioni”, attivare e cliccare su FAQ. Premere il pulsante “Modifica” e inserire le domande da suggerire all’utente e le eventuali risposte.

### LA CHAT AUTOMATICA DI FACEBOOK

Grazie alla messaggiera istantanea di Facebook, oltre a domande e risposte automatiche, si può anche dialogare con i propri utenti attraverso la chat automatica.

La prima cosa che bisogna sapere è che puoi attivare la chat automatica di Facebook solo se sei amministratore della Pagina in cui vogliamo aggiungere questa funzione. Per attivarla, devi nuovamente entrare nelle “Impostazioni” e selezionare ancora la voce “Messaggi”.

A questo punto, entra nella sezione “Avvio di una conversazione su Messenger”, attivando l’opzione “Mostra un saluto”.

Per poter personalizzare questo messaggio (e quindi suggerire le domande agli utenti), clicca su “Modifica” dove potrai inserire un tuo saluto e, cliccando su “Aggiungi personalizzazione”, inserire anche il nome e cognome del destinatario, eventuali link, l’indirizzo del sito web, il numero di telefono, l’indirizzo mail, eccetera.

### IMPOSTA, ANALIZZA E VALUTA

Come hai potuto leggere, le funzioni della messaggiera istantanea di Facebook sono veramente tante.

Ti consiglio di iniziare a testarle e utilizzarle, anche perché se non lo farai tu lo farà un tuo concorrente, a rischio di prendersi i clienti del tuo pet shop.

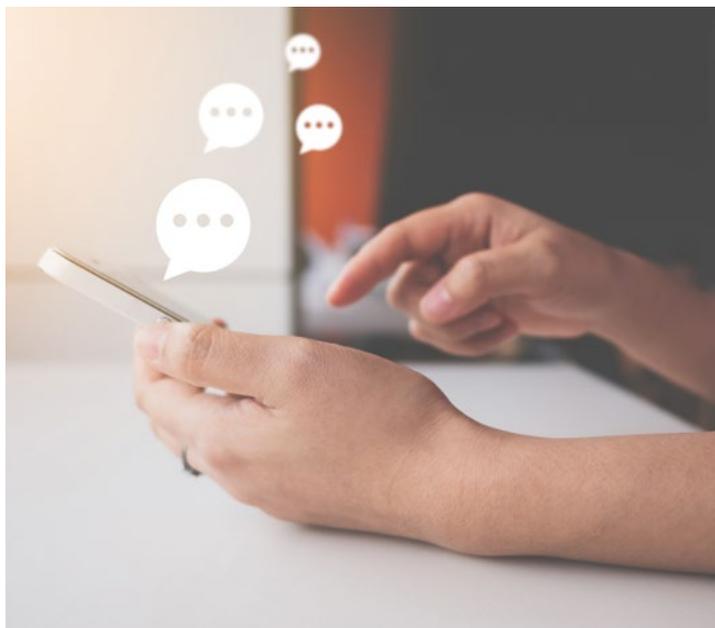
Il mondo è cambiato e così anche il marketing, e dobbiamo iniziare a capire la nuova comunicazione, i suoi linguaggi e i diversi rapporti che dobbiamo intrattenere coi nostri clienti.

Il mio consiglio è attivare tutte le impostazioni della messaggiera istantanea di Facebook per valutare i riscontri che avrai da parte dei tuoi clienti.

Aspetta almeno un mese e analizza:

- Hai avuto più messaggi da parte di chi ti segue su Facebook?
- Più email o telefonate?
- Maggiori clienti?

Valuta, poi, se hanno funzionato maggiormente le risposte automatiche, la chat, o il saluto iniziale e mantieni solo quella che ha ottenuto maggiori risultati.



**SILVIA  
MARINI**

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



PET WEAR COLLECTION



FILLISHION  
MILANO



È iniziata la prevendita!

Contatta l'agente di zona per scoprire i nuovi modelli della collezione abbigliamento 2021/2022



# CREA UN LOGO CHE ATTIRI I TUOI CLIENTI

come un'oasi nel deserto

PATRIZIA PARCA

**L'immagine comunica in modo più immediato della parola:  
ecco come creare il tuo logo chiaro e leggibile già dal primo sguardo**

**I**mmagina di essere in un deserto.

La sete ti ha fatto prosciugare l'acqua che avevi nella borraccia nei primi minuti.

Adesso ti ritrovi sotto al sole. Stai camminando da 10 ore e la tua bocca è talmente asciutta che la lingua si attacca al palato come una ventosa.

Stai (letteralmente!) morendo dalla sete. Daresti un rene per poter bere anche un minuscolo sorso d'acqua fresca e dissetante.

Quando ecco che vedi una piccola area verde in mezzo al mare di sabbia... una palma proietta un po' d'ombra su uno specchio d'acqua che risplende sotto il sole cocente... è un'oasi!

Dall'altro lato vedi solo un paletto nella sabbia.

Dimmi... da che parte vai?

Se ti sei immedesimato genuinamente (e la tua sopravvivenza ti sta un minimo a cuore), non avrai dubbi: correrai con le poche energie rimaste verso l'oasi.

Perché?

«Eh, c'è acqua nell'oasi! Che domande sono?!»

No. O meglio, questa è la motivazione razionale fatta dal tuo cervello DOPO aver visto l'oasi.

## UN ISTINTO PRIMORDIALE

Prima che il tuo cervello traduca ciò che vede, si attivano dei meccanismi rapidi e precisi che determinano la percezione di un'immagine.

Ma non è questa la parte più interessante.

La vista è uno dei cinque sensi che ha permesso – e permette tutt'oggi – all'uomo di distinguere immediatamente ciò che è “buono” da ciò che è “pericoloso” (e quindi di rimanere in vita).



In tempi remoti serviva principalmente a capire fin da subito cos'era da evitare per rimanere vivi. Certo, oggi non dobbiamo più cacciare o stare attenti alle minacce a cui erano esposti i nostri antenati, tuttavia il processo di elaborazione immagini, nella sua concezione più profonda, è rimasto particolarmente vincolato alla sua funzione primaria: la sopravvivenza.

Ecco perché conoscere i meccanismi che governano la percezione dell'esterno ti permette di pilotare una persona verso una scelta piuttosto che un'altra. Anche "solo" attraverso un'immagine. Vediamo quindi come decifrare questo tipo di informazioni per creare il nuovo logo della tua azienda in modo che attragga a te i clienti – proprio come farebbe un'oasi nel bel mezzo del deserto con una persona che implora per un po' d'acqua.

#### **400 MILLISECONDI PER SCEGLIERTI**

Perché, secondo te, l'immagine percorre una via preferenziale e arriva velocemente a destinazione saltando i posti di blocco? Provo con un esempio pratico, restando sull'esempio dell'acqua in un'oasi, questi sono i passaggi che avvengono nel tuo cervello quando la vedi:

- i tuoi occhi mandano un segnale alla corteccia visiva primaria. Questo ti permette in primo luogo di percepire i **colori** (in altri termini, all'inizio vedrai qualcosa di indefinito di color azzurro);
- successivamente verrà inviato un altro segnale alla parte frontale della corteccia visiva. Questo ti permette di riconoscere le **forme** (vedrai un cerchio azzurro, e qualcosa di verde in alto);
- il passaggio successivo che fa il tuo cervello è recuperare tramite il tuo catalogo di esperienze e conoscenze personali a cosa corrispondono il cerchio azzurro e qualcosa di verde in alto e troverà una risposta: oasi nel deserto.

Mi rendo conto che a leggerlo così, in sequenza descritta, appaia impossibile. Dopotutto servono 30 secondi solo per leggere questi 3 punti. Sappi che nel tuo cervello questa cosa avviene in appena 400 millisecondi.

Ovviamente non è un processo valido solo "per l'oasi". Non puoi rendertene conto, ma questo è ciò che avviene ogni volta che vedi qualcosa.

Avviene ogni volta che chiunque vede qualcosa.

E avviene ogni volta che una persona vede il logo del tuo pet shop.

La prima impressione che attrae il cliente è immediata, istintiva e in **NESSUN** modo legata a ragionamenti logici come la qualità del prodotto, l'assistenza clienti, la storia dell'azienda ecc...

Queste che hai appena letto sono caratteristiche che assumono valore solo in un secondo momento.

Ma prima che parta il processo razionale della scelta, il tuo cervello ha già fatto il "lavoro" che abbiamo appena visto, elaborando impulsivamente un segnale che cattura o meno la tua attenzione. Questo richiamo è avvenuto in un batter d'occhio.

Davanti all'immagine di un'oasi nel deserto, il nostro cervello ci porta verso una scelta istintiva in 400 millisecondi basandosi solo su un'immagine e sul modo in cui viene tradotta.

Proprio come fanno i tuoi clienti quando hanno il logo del tuo pet shop davanti agli occhi.

Il meccanismo di associazione del logo con l'azienda (e **SOPRATTUTTO**, con il problema che risolve) è esattamente lo stesso dell'acqua con la sete:

- 1 ho un problema/ho bisogno di qualcosa;
- 2 il logo aziendale suggerisce istintivamente la soluzione o quel "qualcosa";
- 3 vado a comprare da quell'azienda.

**Il tuo logo è ciò che il cliente percepisce del tuo pet shop ancor prima di pensare attivamente**



Cosa possiamo dedurre da queste evidenze scientifiche?

Che il tuo logo è ciò che in 400 millisecondi il cliente percepisce della tua azienda ancora prima che inizi a pensare attivamente. In base al tuo logo, in un'infinitesimale frazione di tempo, il suo inconscio lo porta a decidere se andare verso la tua direzione o virare verso un'altra.

### **ASTRATTO NON FUNZIONA MAI**

L'emisfero destro ragiona con le immagini.

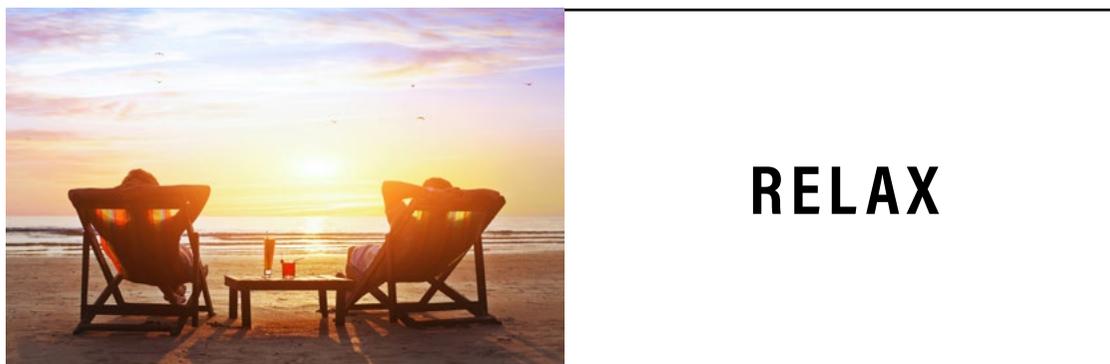
L'emisfero sinistro gestisce le parole.

L'emisfero destro è l'addetto alle emozioni (al contrario di suo fratello, che si attiva per primo quando una persona "legge").

Questo significa che una parola non è in grado di scatenare in noi le stesse emozioni che risveglia un'immagine.

Ed è stato dimostrato più volte scientificamente che sono le emozioni a farci prendere le decisioni (anche se spesso e volentieri siamo convinti l'esatto contrario).

Perché dovrebbe interessarti tutto questo?



Semplice: il logo del tuo pet shop astratto e senza un'immagine concreta difficilmente susciterà associazioni chiare e immediate nelle persone.

Data la rilevanza delle emozioni nelle scelte decisionali, un'immagine poco efficace nel logo si traduce in clienti che fanno fatica a notarti, a ricordarti, a capire di cosa ti occupi, fraintendono i tuoi punti forti senza approfondire ed arrivare a conoscerli e comprenderli.

L'immagine che ho messo sopra è un esempio lampante.

Davanti alla parola "relax" prima si attiva l'emisfero sinistro per leggere la parola e comprenderla, e *solo dopo* l'informazione viene processata dall'emisfero destro. Invece dimmi: come ti senti quando guardi l'immagine dei due tizi in costume, distesi comodamente sulle sedie a sdraio davanti ad un mare calmo e sotto un avvolgente sole estivo?

Non servono mille passaggi tra gli emisferi per farti provare la sensazione di relax (o la depressione di non essere al posto di quei due, provando una voglia matta di vacanza).

In altri termini, se il tuo logo è astratto sta rallentando il processo di associazione nella mente del tuo cliente aggiungendogli un passaggio da fare.

Soprattutto se si tratta di negozi e piccole e medie imprese.

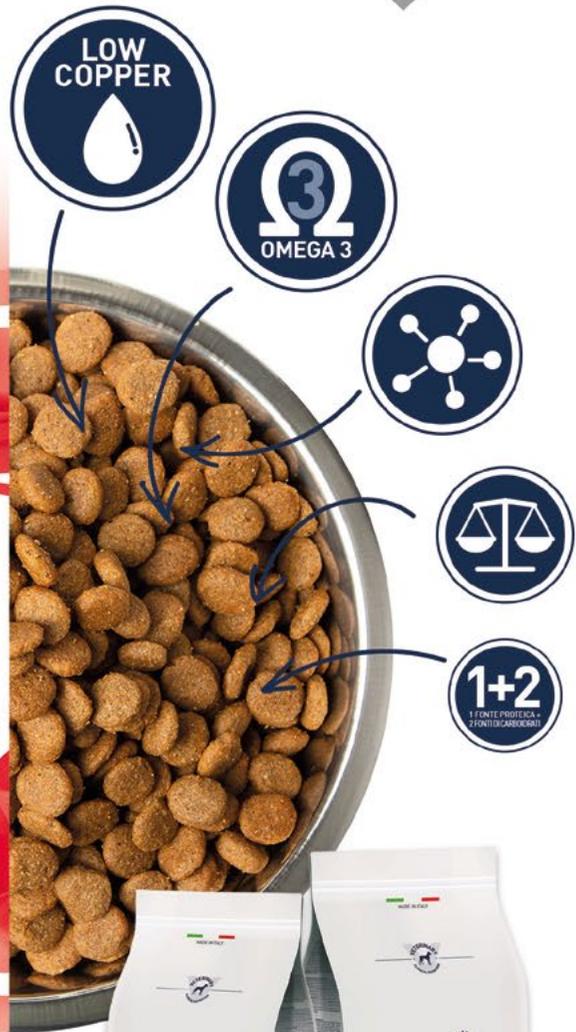
In pratica anziché aiutare i tuoi potenziali clienti a sceglierti immediatamente, gli sta chiedendo di fare uno sforzo in più!

Ti sta sabotando silenziosamente, come fosse un tuo collaboratore spia che ti sorride mentre manda le persone che arrivano, dalla concorrenza.

Avere un'immagine efficace nel logo del tuo pet shop ti permette di penetrare la testa delle persone **SENZA** dover guardare una partita di tennis tra emisferi cerebrali dove *tu* sei la pallina.



Insufficienza  
Epatica?



EXCLUSION MONOPROTEIN  
VETERINARY DIET FORMULA

## HEPATIC

Alimento dietetico monoproteico completo e bilanciato per cani, formulato per il supporto della funzione epatica in caso di insufficienza epatica cronica e per favorire la riduzione del rame nel fegato. La ricetta, semplice ed essenziale, ha un'alta concentrazione di acidi grassi essenziali per rallentare la progressione dell'insufficienza epatica, modulando il processo infiammatorio e una bassa concentrazione di rame per minimizzarne l'accumulo nelle cellule del fegato. L'alimento contiene L-Carnitina, per aumentare la conversione dei grassi in energia, Beta-Glucani per potenziare le difese immunitarie e per modulare il processo infiammatorio, Beta carotene, Vitamine E e C per un'azione antiossidante delle cellule epatiche e Tocoferoli per la conservazione naturale dell'alimento.



# AD OGNI PATOLOGIA LA SUA DIETA MONOPROTEICA SPECIFICA

## MONO È MEGLIO!

EXCLUSION MONOPROTEIN VETERINARY DIET FORMULA È UNA LINEA DI ALIMENTI DIETETICI CON FORMULAZIONE MONOPROTEICA, REALIZZATA CON UN'UNICA FONTE DI PROTEINE ANIMALI, INGREDIENTI INNOVATIVI E PRESERVATA CON TOCOFEROLI NATURALI. È UN SUPPORTO NUTRIZIONALE A DISPOSIZIONE DEL VETERINARIO PER LE PIÙ COMUNI PATOLOGIE DI CANI E GATTI.



**Exclusion**<sup>®</sup>  
Monoprotein Veterinary Diet Formula

Così facendo sarà molto più semplice per te entrare nella loro mente, piantarci una bandierina di “proprietà privata” e non smuoverla più.

Quindi abbiamo capito che per entrare nella mente delle persone hai bisogno di un’immagine che ti apra la strada nel cervello del tuo mercato come una lama rovente a affilata scivola inarrestabile in un panetto di burro.

Facciamo un esempio, proprio nel settore del commercio al pubblico, settore di cui fa parte anche il tuo pet shop, ti va?



*Target* ha come simbolo un bersaglio.

Uno dei suoi competitor è il colosso *Walmart*.

Se confrontiamo questi due simboli è palese come il logo di *Target* sia subito riconoscibile. Capisci che si tratta di quel negozio già quando lo vedi per strada.

*Walmart*, al contrario, ha una sorta di girasole, ma non ti offre un’idea chiara di negozio.

Invece *Target* ha questo logo onnipresente, per rinforzare i propri negozi. Li usa sulle borse, nella pubblicità, ovunque: questo aumenta la sua visibilità e facilità di riconoscimento.

Fare concorrenza a un gigante come *Walmart* non è semplice ma con una buona strategia di marketing e un logo che ti renda immediatamente riconoscibile, è una guerra da cui puoi uscire tutto intero (*Target* nel 2018 ha avuto un utile percentuale sul fatturato più alto di quello di *Walmart*).

### NIENTE CONFINI LINGUISTICI

Le immagini comunicano a livello internazionale senza dover usare l’assistenza di Google traduttore, dover studiare una lingua straniera... e addirittura senza saper leggere o capire un testo!

L’esempio didattico più comune per comprendere questo concetto è quello dei segnali stradali. Pensa al segnale stradale di Stop.

Quando sei per strada tu non leggi il cartello “STOP”.

Al contrario, immediatamente riconosci l’esagono rosso con il bordo bianco.

Motivo per cui la scritta all’interno del segnale può cambiare da paese a paese, ma è inequivocabile che si tratti dello stesso messaggio.

In Arabia Saudita, Cina, Thailandia, Israele trovi i segnali che seguono e anche se non sai leggere nella loro lingua ti fermi!



Non è un caso che il segnale di STOP sia l’unico segnale di forma ottagonale. Dato il suo significato e l’importanza che assume per strada, è stato fatto così per essere immediatamente riconoscibile – pena schiantarsi ogni volta che prendiamo la macchina all’estero.

Ora, se questo principio è usato per comunicare messaggi che non devono per alcun motivo essere fraintesi (come fermarsi a un incrocio) e portare una persona ad agire istintivamente in un certo modo (fermarsi) perché dovrebbe funzionare diversamente quando parliamo di loghi?



Non interessa a nessuno se la segnaletica stradale sia di buon gusto artistico: interessa che il messaggio arrivi forte e chiaro, senza possibilità di libera interpretazione, e che spinga la persona a compiere un'azione ben precisa.

E sai una cosa?

È esattamente il compito segreto che deve svolgere il tuo logo: comunicare ai tuoi clienti in modo inequivocabile chi sei e di cosa ti occupi, arrivando in modo cristallino e comprensibile senza bisogno di inserire i “commenti a piè di pagina”.

**Deve comunicare ai tuoi clienti in modo inequivocabile e limpido chi sei e di cosa ti occupi**



### **I CONCETTI ASTRATTI TROVANO FORMA**

Gli unicorni non esistono nella realtà (e me ne dispiaccio ogni giorno).

Immagnarli richiede uno sforzo maggiore rispetto ad ammirarli in un disegno già pronto. Questa cosa funziona anche per cose che esistono MA non si vedono. Tipo l'aria.

Se la GEOX avesse usato l'immagine di una scarpa e basta con scritto sotto “la scarpa che respira”, probabilmente sarebbe stato semplicemente un claim che le persone non avrebbero mai potuto immaginare – avendo maggiori difficoltà nel metabolizzare il concetto.

Quindi a livello di percezione, leggere “la scarpa che respira” è quindi molto meno accettabile rispetto a vedere l'immagine dell'aria che esce da una suola.

L'immagine ti rende visibile e comprensibile il concetto chiave di GEOX, limitando lo sforzo di comprendere ed immaginare una scarpa che respira (anche perché, le “scarpe che respirano come fanno le persone” sono come gli unicorni).

### **OGNI IMMAGINE CREA E RAFFORZA DELLE ASSOCIAZIONI**

Quindi sì, anche il logo del tuo pet shop viene associato a qualcosa (a livello più o meno inconscio) nella mente dei tuoi clienti.

A cosa?

Dipende.

Dipende se nel crearlo hai seguito i principi fondamentali essenziali al fine di comunicare in modo chiaro di cosa ti occupi e perché i tuoi clienti dovrebbero prenderti in considerazione.

Su queste pagine continuerò a dare consigli passo passo su quanto creare un'immagine efficace, comprensibile e che venda sia la scelta vincente per il tuo pet shop, ma intanto prova ad analizzare il logo che hai attualmente facendoti queste domande:

- Ha un'immagine concreta oppure astratta (oppure è solo un logo composto dal testo)?
- Il nome è scritto in modo comprensibile oppure il carattere scelto è troppo calligrafico e ricco di ornamenti?
- Da quanti colori è composto?

Prova a rispondere a queste domande e la prossima volta vedremo ancora meglio perché sono importanti e come agire al riguardo!



**PATRIZIA PARCA**

Conosciuta come la logo designer, è specializzata nella creazione di “loghi” per le piccole e medie imprese italiane. Nel 2015 ha fondato PowerLogo, a tutt'oggi la prima e unica agenzia di Visual Branding: più di 500 imprenditori l'hanno scelta per sviluppare loghi e grafiche che aiutassero a vendere di più e più facilmente. Le competenze specifiche di PowerLogo si concretizzano in un sistema scientifico, il Codice A.R.C.O, che permette di amplificare le performance del logo aziendale attraverso 4 eventi cognitivi fondamentali: Attenzione, Ricordo, Concretezza, Obiettivo. Così il logo non è più un mero attributo estetico, ma un vero e proprio strumento di Marketing.  
[www.powerlogo.it](http://www.powerlogo.it), [staff@powerlogo.it](mailto:staff@powerlogo.it)



# COME EMERGERE

in un mercato saturo di pet shop

FILIPPO GIUNTI

**Differenziare il tuo negozio e la tua offerta resta la priorità massima ma ecco le altre azioni da mettere in campo al più presto**

**R**ecentemente ho partecipato come speaker a - *IL MIO NOME È WOLF* - il meeting organizzato da Zampotta Pet Business e rivolto a tutti i pet shop d'Italia. Durante la tavola rotonda privata fatta con alcuni di loro è venuta fuori la classica domanda che mi viene rivolta da anni da aziende e professionisti:

*"Come diavolo faccio a distinguermi da tutti gli altri pet shop simili che operano nella mia zona?"*

Questa è una domanda legittima. Come imprenditori non saremmo umani se non fossimo tutti un po' preoccupati per la concorrenza che lotta contro di noi, per prenderci tutti i clienti e non lasciarne nessuno. Questo è normale.

Ma, in fin dei conti, questo non ha alcun impatto sui nostri profitti. Possiamo distinguerci e avere successo ognuno nel proprio mercato, non importa quante altre aziende o professionisti simili ci siano.

Come si fa?

Ho fatto una lista di alcune semplici cose che possono aiutarti a prosperare, nonostante il mercato apparentemente saturo dei negozi per animali.

Una premessa da fare prima di iniziare è questa: non farti venire l'ansia e concentrati più sull'intero mercato di possibili clienti che sulla concorrenza.

**Concentrati più sull'intero mercato di possibili clienti che sulla concorrenza**



# QUALITÀ CERTIFICATA. SOLUZIONI PACKAGING ALL'AVANGUARDIA.



- BRC Global Standard for Packaging and Packaging Materials
- BRC Global Standard Voluntary Module Traded Goods



In un settore dinamico e in costante crescita come il **pet food**, è necessario scegliere il packaging più innovativo e con i più elevati standard di qualità. **IPV PACK** è oggi il partner ideale grazie al **costante investimento e sviluppo** in nuove soluzioni come il sacco **FLAT BOTTOM** che "sta in piedi" da solo e garantisce al prodotto massima visibilità a scaffale in posizione verticale e orizzontale. Supporto costante al cliente, creatività, personalizzazione tailor made **sono i valori che contraddistinguono IPV Pack, azienda certificata UNI EN ISO 9001, GSFS-BRC/loP.**

**IPV PACK è People and Pack**, l'unione perfetta tra professionalità e conoscenza del settore, mettendo sempre al primo posto il cliente.



**IPV Pack Srl** Unipersonale

Via dell'Industria e dell'Artigianato, 26/D-E - 35010 - Carmignano di Brenta (PD) Italy  
Tel. +39 049 9431318 - info@ipvpack.com - www.ipvpack.com



Ci sono abbastanza clienti per tutti là fuori. Clienti diversi troveranno più adatti a sé pet shop diversi. Altri clienti ancora, preferiranno sempre un pet shop a un altro e sarà molto difficile fargli cambiare idea... e questa è una cosa ottima. Non puoi puntare ad avere come cliente ogni singolo proprietario di animali domestici nella tua zona - non è così che funziona. Non è così che costruirai il brand del tuo negozio, non è affannandoti a cercare di sedurre e convincere tutte le persone possibili nei paraggi che abbiano un animale in casa a scegliere te come loro fornitore, consulente e fidato negoziante che avrai successo.

Il successo lo costruirai attraverso la ricerca dei clienti più adatti al tuo pet shop e non a un altro, quelli che condividono i tuoi valori e hanno problemi, esigenze e desideri che tu sei più organizzato, informato e pronto della concorrenza ad accogliere e risolvere.

Il commercio è un gioco a somma zero, ogni cliente guadagnato per te è un cliente perso per qualcun altro, ma questo non significa che i migliori, i più preparati e intelligenti non abbiano sempre e comunque la possibilità di farcela con successo.

Un'ultima cosa prima di lasciarti ai 7 punti della lista: ogni attività di successo basa le sue fondamenta su un modello di business ben studiato con un consulente esperto e il solido appoggio di qualcuno bravo a far girare i numeri. Questi fattori già da soli conferiscono al tuo pet shop innumerevoli punti di vantaggio per emergere nel tuo mercato, qualunque esso sia.

### **1 Tieni il tuo "perché lo sto facendo" al centro di tutto ciò che fai e di ogni decisione che prendi**

Prenditi un minuto per esprimere a parole il motivo per cui hai iniziato la tua attività di negoziante di articoli per animali. Cosa ti ha portato ad avviare il tuo business?

Qualunque sia la tua motivazione e il tuo ragionamento, devi tenerlo sempre a mente e utilizzarlo come un timone! Scava a fondo nei tuoi pensieri, io sono abbastanza sicuro che non hai iniziato solo perché ami gli animali.

Quale tipologia di pet shop pensavi avresti avuto? Quali clienti volevi? Che tipo di prodotti avevi in mente di vendere? Se sapevi già che il tuo non sarebbe stato l'unico pet shop della città, perché pensavi che molti clienti avrebbero scelto il tuo negozio e non un altro? Per quale tua particolare "missione" ti svegli ogni mattina per sollevare la serranda?

Su quali valori si fonda la tua attività?

Portare le risposte di tutte queste domande in primo piano in ogni singola mossa che fai per raggiungere il successo è essenziale per il tuo marketing, il tuo brand e la tua crescita.

### **2 Diventa super specifico con il tuo target di riferimento perché "proprietario di animali domestici" o "amante dei cani" non basta per emergere**

Quando pensi al tuo target di riferimento, ovvero le persone PERFETTE per il tuo pet shop, di quali fattori e caratteristiche tieni conto? Te lo chiedo perché tutte le volte che lo domando a professionisti, negozianti o capi di azienda ottengo sempre descrizioni molto generiche quando descrivono il loro cliente ideale. Uno dei suggerimenti migliori che posso darti è di essere il più specifico possibile.



# SAI RISPONDERE A QUESTE DOMANDE SUL TUO PET SHOP?

Si possono aumentare gli utili investendo quasi niente in pubblicità e senza nuovi clienti ?



✓ **NICOLA LO SA!**

Come si fa a portare via clienti alle grandi catene che hanno prezzi ridotti all'osso utilizzando solo Facebook?



✓ **SILVIA LO SA!**

Esiste una formula per ottenere sconti dai fornitori senza svenarsi per ordinare grandi quantità?



✓ **GIUSEPPE LO SA!**



Scopri subito la risposta a queste e a tantissime altre domande acquistando le registrazioni originali del nostro meeting on line **IL MIO NOME È WOLF**.  
Vai su: [www.zampotta.it/videowolf](http://www.zampotta.it/videowolf)  
oppure telefona al 328 92 26 601

**FINO AL 30 MARZO A 20 € INVECE DI 25 €**

Chi sono i clienti che vorresti entrassero nel tuo pet shop ogni giorno?

Dove vivono? Sono uomini o donne? Quanto guadagnano? Sono impegnati o single? Sposati o celibi? Che tipo di lavoro hanno? Naturalmente, pensa anche ai loro animali domestici: possiedono cani o gatti? Come manifestano maggiormente la cura che hanno per i loro animali? Fanno più attenzione all'alimentazione o ai prodotti, come cucce, collari, giochi etc, che scelgono? Qual è il loro budget?

E scavando ancora più a fondo... Quali sono le loro preoccupazioni o frustrazioni? Per quale motivo hanno scelto proprio quell'animale e non un altro? Quali sono i loro sogni? Perché fanno quello che fanno? Che beneficio cercano di ottenere nelle loro vite dal loro animale? Di cosa hanno paura?

Il tuo NON PUÒ E NON DEVE essere il Pet Shop per tutti quanti.

Decidi o scegli bene a chi rivolgerti e taglia fuori con le tue comunicazioni e azioni di marketing tutti gli altri.

**Il tuo non può e non deve essere il pet shop per tutti quanti: definisci il tuo pubblico**

### **3 Inizia a pensare e a mettere in atto altri flussi di reddito**

Uno dei motivi principali che porta gli imprenditori a sperimentare stati di depressione, cali di motivazione e burnout è il fatto di lavorare costantemente alla stessa cosa ogni giorno. Molti di voi lettori di Zampotta Pet Business sono negozianti o comunque fornitori di servizi, ad esempio toelettatori, il che significa che la maggior parte del vostro reddito ha a che fare con azioni svolte direttamente con clienti.

E spesso sono sempre gli stessi clienti, che chiedono sempre le stesse cose nella stessa maniera.

Questo a qualcuno piace molto e lo stimola ogni giorno a trovare nuove strade per fare solo apparentemente le stesse cose mentre per altri può condurre facilmente a momenti di noia e frustrazione.

A ben guardare poi, non si tratta solo di un problema di noia, diciamo piuttosto che per prepararsi a momenti di crisi economica è sempre meglio avere flussi di reddito alternativi (qualcuno ha detto, Covid?).

Questo può essere fatto attraverso la vendita di altri prodotti o altri servizi, sempre in ambito pet ovviamente, ma rivolti a una categoria di clienti totalmente diversa e inesplorata, come i dog sitter o i fotografi di cani per la pubblicità. Sii creativo.



Puoi anche unire le forze con altri professionisti e realizzare corsi di formazione online, scrivere e vendere libri ed ebook, avviare programmi di affiliazione, ecc.

Anche se gli affari del tuo pet shop vanno a meraviglia, ti consiglio davvero di prendere in considerazione flussi di reddito alternativi. Questo ti permette di scalare il tuo business da diverse vie.

Esempio concreto: se hai una toelettatura e molte richieste puoi continuare ad assumere altri toelettatori per servire ancora più clienti, riducendo i tempi di attesa e incoraggiandoli a scegliere sempre te, ma stai comunque accettando di scambiare il tuo tempo (o quello dei tuoi collaboratori) con il denaro. E sai bene che hai a tua disposizione una quantità di tempo ben definita ogni giorno entro cui puoi lavorare.

Il tuo reddito quindi a un certo punto arriverà a un limite.



Stessa cosa con un pet shop. C'è un numero limite di clienti che puoi servire ogni giorno nel tempo che hai a disposizione. Anche tu puoi assumere altri dipendenti (aumentando i costi) ma prima o poi incontrerai un limite.

Immagina invece di poter guadagnare di più, senza aver bisogno di tempo supplementare. È un ottimo modo per crescere e differenziare la tua attività da quella degli altri negozi di animali domestici che ti circondano.

#### **4 Dimenticati le offerte sconto**

Ascolta, io ti capisco. A volte, quando le vendite si bloccano o come idea per far partire un pet shop appena aperto, l'idea di iniziare a far sconti a raffica può sembrare una mossa intelligente.

In realtà spesso (non dico sempre ma spesso) questa è la cosa più sbagliata da fare. Troppi sconti ottengono l'effetto di farti perdere autorità col tuo target di riferimento (che spero non sia *"quelli che vogliono spendere poco"*). Di conseguenza, alla fine guadagni di meno e ti stressi di più.

Se hai capito bene chi è il tuo cliente target, se hai studiato con attenzione di quali prodotti o servizi ha bisogno e se ti sei preparato a essere il più adatto a offrirglieli, come li vuole lui e nella maniera migliore per lui, fidati sarà lui ad arrivare a te, senza bisogno di nessuno sconto.

Anzi, il fatto di fare pochi sconti eliminerà tutti i "cattivi" clienti (quelli che ti fanno perdere un sacco di tempo e alla fine non comprano nulla, quelli che ti chiedono sempre se c'è qualcosa di più economico, quelli che non capiscono la qualità dei tuoi prodotti, etc.) e selezionerà per te tutti i "buoni" clienti, certamente più esigenti, ma anche più divertenti e remunerativi coi quali lavorare.

#### **5 Chiedi le testimonianze e condividile**

I clienti sono molto più propensi ad acquistare da te se, oltre ai tuoi materiali di marketing, anche altre persone, gente comune come loro, raccontano con entusiasmo quanto è fantastico il tuo pet shop.

Abituati a chiedere recensioni del tuo pet shop ai tuoi clienti. Puoi farlo attraverso il tuo sito web o in forma scritta direttamente quando vengono a trovarti in negozio.



Considera anche la possibilità di creare un sondaggio per i clienti di lunga data e approfondire il motivo per cui sono felici di servirsi da te, perché ti hanno scelto, cosa trovano nel tuo pet shop che non trovano altrove, etc. Questo può aiutarti e darti spunti anche per creare il testo dei tuoi annunci, volantini e altro materiale promozionale.

Un'idea che ho visto in rete e potresti rubare: invece di avere una vera e propria pagina di testimonianze sul tuo sito web, potresti metterne un paio o tre sotto OGNI pagina del tuo sito.

Ormai molte persone sanno benissimo che in un link tipo *"Testimonianze"* o *"Ecco cosa dicono di noi"* ci saranno pagine e pagine di recensioni positive, altrimenti non le avresti messe, e spesso non ci cliccano neppure. Invece, mettendole discretamente alla fine di una normale pagina web del tuo sito, sarà più facile che ci caschi l'occhio e le leggano.



### 6 Apri un blog e imponiti come autorità del tuo settore

Avere un blog sul tuo sito web è una maniera infallibile per far crescere il tuo business. Quando condividi contenuti utili e meglio ancora, gratuiti, chi legge impara a seguirti e te ne è riconoscente. Col tempo, le persone continueranno a tornare ogni volta che avranno una domanda o avranno bisogno di aiuto. Se sarai in grado di dare sempre la risposta che cercano, cominceranno a fidarsi di te e sapranno che potrai essere loro di aiuto in futuro.

Una volta affezionati al tuo blog ti riterranno una fonte attendibile e affidabile di informazioni: sarà molto facile traghettare clienti al tuo pet shop.

Alla fine quello che vendi sono prodotti, non informazioni. Per i negozi fisici, molto più facilmente rispetto a chi vende consulenze o si fa pagare per i suoi consigli e la sua esperienza in un dato campo, tutto il tempo speso a tenere un blog è tutto tempo guadagnato per facilitare la vendita.

### 7 Migliora l'esperienza dei tuoi clienti

Questo è probabilmente il consiglio di questa lista che preferisco, perché io sono un cliente molto molto difficile e amo uscire soddisfatto da un negozio per il trattamento ricevuto.

Studia un servizio clienti impressionante che inizia nella cortesia con la quale rispondi alle email o alle telefonate di richiesta informazioni, prosegua con la disponibilità a risolvere contrattempi e problemi dei tuoi clienti assumendotene la responsabilità senza cercare scuse, e finisca con la cura per la tua clientela anche quando sarà trascorso molto tempo dal loro ultimo acquisto.

In questo modo non solo ti assicurerai più clienti, perché molti sceglieranno il tuo pet shop proprio per la bella esperienza che gli offrirai, ma genererai anche più passaparola, faciliterai l'accoglienza delle tue proposte di vendita e senza improvvisare ogni volta ma trasformando l'esperienza cliente in un vero e proprio processo aziendale, risparmierai un sacco di tempo e ti semplificherai la formazione dei nuovi dipendenti.

So che può essere molto dura là fuori e l'emergenza Covid ha reso tutto ancora più difficile. Ma questo non significa che tu non possa avere successo.



Anzi, dovresti ottenere proprio l'effetto opposto. Proprio perché la fuori è pieno di pet shop e alla fine si assomigliano un po' tutti, proprio perché i tuoi possibili clienti sono molto confusi su quale scegliere perché non riescono a notare alcuna differenza tu, prendendo spunto dai sette punti che ti ho elencato e perfezionando il tuo sistema di vendita, dovresti avere ancora più successo.

Ogni mercato è saturo solo di offerte indifferenziate ma c'è SEMPRE bisogno di offerte, di prodotti mirati, di esperienze cliente stellari.

Si tratta più che altro di capire bene quale può essere la tua unicità, e impegnarsi per farla brillare.



**FILIPPO GIUNTI**

Filippo Giunti è il fondatore di "SenzaCreativi", Agenzia Non Creativa di Pubblicità e Marketing.

Aiuta le aziende a tirare bombe a mano sulla concorrenza con strategie di marketing scientifiche che procurano vendite, clienti e contratti senza perdere tempo con like o condivisioni inutili sui social se non servono a guadagnare.

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

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



Evolution by ingredients

# NATURAL INSTINCT

**ZERO  
CEREALS**



**100%**  
NATURAL

**70%**  
ANIMAL  
ingredients

**30%**  
VEGETABLES  
herbs and fruits

## HOLISTIC NUTRITION HIGHLY FRESH MEAT

Natural ingredients that respect the evolutionary origin of dogs and cats

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



# CONOSCI I DIRITTI DEL CLIENTE

in caso di merce difettosa?

**ANTONIO STANCANELLI**

**Approfondisci la normativa che regola i rapporti col cliente e cosa dice in caso di bene non conforme**

**Q**uando parliamo di “garanzia” in caso di vendita sappiamo bene o male cosa si intenda, essendo un termine entrato oramai nel linguaggio comune. Tuttavia, non tutti conoscono a fondo il suo ruolo nella vendita al dettaglio di beni di consumo, né perché si siano create leggi a tutela dei consumatori.

Chiunque venda o produca beni destinati alla vendita nei confronti di “consumatori” privati prima o poi, avrà fatto i conti con il cosiddetto “Codice del consumo” (certamente anche tu, persino senza accorgertene), così chiamato perché, dal 2005, raccoglie tutta la normativa a difesa degli acquirenti consumatori.

Anche recentemente infatti, la Corte di Cassazione - il giudice più alto e importante in Italia, che ha il compito di dare l'indirizzo a tutti i giudici inferiori - ha riconosciuto che in caso di vendita, il Codice del consumo prevale sulle regole dettate in generale dal Codice civile per le normali compravendite.

## **QUANDO INTERVIENE IL CODICE DEL CONSUMO?**

La disciplina consumeristica si applica in presenza di due condizioni, una di tipo soggettiva (che riguarda, cioè, i soggetti che vendono/acquistano) e l'altra oggettiva (relativa al bene che viene scambiato).

Dal punto di vista soggettivo la tutela del “consumatore” opera quando un semplice acquirente privato acquista da un venditore “professionista”, qualcuno che lo fa di mestiere. Dal punto di vista dell'oggetto della vendita, poi, deve trattarsi di un “bene materiale di consumo”, cioè qualsiasi bene mobile (non case o terreni), nuovo o usato.

Di fatto è il Codice che ti riguarda più da vicino per la sua capacità di normare la relazione tra acquirente e venditore.



# Vitakraft®



## Gli irresistibili snack!



Morbidi  
bocconcini

Snack  
liquidi

**NOVITA'!**  
Snack in gelatina

**NOVITA'!**  
Stick monoproteici

Gustosi  
mini stick

Croccanti  
fagottini  
ripieni



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

**Cat Yums:** morbidi bocconcini cotti al forno, con un gustoso ripieno al formaggio.

**Liquid snack:** snack cremoso ideale da somministrare direttamente dalla mano o come appetizzante da aggiungere all'alimento secco.

**Jelly Lovers:** snack in gelatina da offrire direttamente dalla mano. Gustosi e ipocalorici.

**Pure Stick:** appetitosi stick monoproteici. Nelle varianti pollo o merluzzo (Certificato MSC)

**Cat-Stick:** lo stick più amato, con oltre il 95% di carne, minerali e vitamine, in tanti gusti.

**Crispy Crunch:** croccanti fagottini senza cereali con cremoso ripieno. Cotti delicatamente al forno e disponibili in tanti gusti diversi, anche con Superfood.

# Vitakraft®



Chi ama gli animali  
sceglie Vitakraft

Scopri di più!



vitakraft.it

## QUALI SONO LE CONSEGUENZE DELL'APPLICAZIONE DEL CODICE DEL CONSUMO?

Vediamo allora in cosa si traduce per te l'applicazione del Codice del consumo. Il Codice parte dal presupposto che le parti non siano in una posizione di parità, perché tu negoziante, ossia il venditore professionista, hai più forza economica e conoscenze rispetto al singolo consumatore. Il suo scopo principale è quello di riequilibrare il rapporto, fornendo al singolo consumatore acquirente tutta una serie di diritti nei confronti di chi vende.

Il più importante di questi è volto a tutelare l'acquirente per il "difetto di conformità" del-

la cosa venduta, quella che nel linguaggio corrente viene chiamata, appunto, "garanzia".

La garanzia opera non solo rispetto a quanto espressamente stabilito fra venditore e acquirente, ma anche rispetto a quanto il consumatore poteva legittimamente attendersi dal bene comprato. Questo difetto del bene, che fa scattare appunto la "garanzia" dell'acquirente, deve essere valutato con riguardo al momento della consegna del bene. Per non incappare in conseguenze di questo tipo, ti suggerisco di valutare attentamente, al momento della consegna nelle mani del cliente, che il bene venduto si trovi in condizioni ottimali, che sia un gioco o un sacco di cibo, poco importa. Secondo il Codice, *'Il venditore è responsabile nei confronti del consumatore per qualsiasi difetto di conformità esistente al momento della consegna del bene'* e questo a differenza della normale vendita, indipendentemente dal fatto che il compratore ("consumatore") abbia accettato di comprarlo nello stato in cui si trovava (ovviamente, non sapendo del difetto).

**Il Codice del consumo  
riequilibra il rapporto col  
venditore garantendo diritti al  
consumatore**



## COSA PUÒ FARE IL TUO CLIENTE CHE SI TROVA CON UN BENE DIFETTOSO ("NON CONFORME")?

Sai perfettamente, anche per le tue esperienze di acquirente, che lo strumento che ha in mano il consumatore è quello che comunemente chiamiamo "garanzia".

L'acquirente di un prodotto difettoso può domandare nel termine di due anni dalla consegna (ben più ampio di quello della normale vendita non soggetta al Codice del consumo) non soltanto la riduzione del prezzo o la restituzione del bene in cambio di quanto pagato, ("risoluzione del contratto"), ma anche e come prima cosa – la riparazione o la sostituzione di quanto venduto. Tutto questo a condizione che il difetto di conformità sia denunciato entro due mesi dalla scoperta.

La garanzia prevede anche che la riparazione e la sostituzione del bene siano effettuate senza che il consumatore debba sopportare spese.

Questa possibilità, come detto, manca nel Codice civile per la normale vendita di beni di consumo effettuata a semplici privati.



## SEI SEMPRE COSTRETTO A RIPARARE O SOSTITUIRE IL BENE VENDUTO?

Come detto, questa è la regola quando si vende un bene di consumo a un semplice privato. Esiste un'unica possibilità per rifiutare la riparazione/sostituzione: quando il rimedio richiesto sia oggettivamente impossibile o eccessivamente oneroso.





Per fare un esempio, può darsi che l'acquirente si rivolga per far valere la garanzia dopo lungo tempo – come abbiamo visto, ha due anni per farlo – e nel frattempo ciò che ha comprato non è più in commercio, per cui non è possibile ordinarne un altro, oppure non si trovano più i pezzi di ricambio.

**Entro 2 mesi il difetto di conformità dà diritto al cliente a riparazione, sostituzione o rimborso gratuiti**

Secondo il Codice del consumo, il rimedio è da considerarsi eccessivamente oneroso se impone al venditore spese irragionevoli a confronto con la restituzione di quanto pagato, tenendo conto del valore del bene in assenza di difetti, dell'entità dei difetti e della possibilità di esperire il rimedio alternativo senza notevoli inconvenienti.

In questo caso, il tuo cliente può richiedere una riduzione del prezzo, oppure la restituzione del prodotto in cambio di quanto ha pagato, nel caso in cui il difetto di conformità non sia di lieve entità per cui, nella sostanza, ciò che è stato venduto non è in grado di svolgere la funzione per cui è stato comprato.

### **LA TUTELA RAFFORZATA DEI PRIMI SEI MESI DALLA VENDITA**

Sempre per cercare di bilanciare la posizione dell'acquirente rispetto al venditore, il Codice del consumo prevede anche una tutela rafforzata nel caso in cui il difetto si manifesti entro il termine di sei mesi dalla consegna.

In questo caso, infatti, l'acquirente non ha bisogno di dimostrare che il difetto era presente fin dalla vendita e si è verificato per colpa del produttore/venditore e non per un suo uso improprio. In termini giuridici si dice che questa colpa è "presunta", nel senso che tocca al venditore dimostrare il contrario. Il compito del consumatore è solo quello di dimostrare l'esistenza del difetto.

Pensa, ad esempio, a chi acquista un'automobile o un altro macchinario complesso come un apparato elettronico.

Immagina che difficoltà avrebbe a dimostrare quale sia l'origine del guasto/difetto, per poi provare che si è manifestato per un difetto di fabbricazione e non per un suo uso sbagliato. Non avrebbe nemmeno gli strumenti per farlo! Per questa ragione e considerato che i difetti maggiori si manifestano entro i primi sei mesi, è stata stabilita questa semplificazione in favore dell'acquirente, con questa "presunzione" di difetto in capo al venditore.

Trascorsi i sei mesi, trova nuovamente applicazione la disciplina generale del Codice civile, per cui il compratore è tenuto a provare che il difetto era presente al momento della consegna – e non che l'ha causato lui danneggiando il bene con un uso improprio, spettando poi al venditore la prova di avere consegnato una cosa conforme alle caratteristiche del tipo ordinariamente prodotto, ovvero la regolarità del processo di fabbricazione o di realizzazione del bene.



**ANTONIO STANCANELLI**

Avvocato fiorentino, esperto di diritto amministrativo, svolge la professione dal 1994.

La sua attività professionale è principalmente diretta a fornire assistenza nei giudizi amministrativo, civile e penale e consulenza a Regione, Enti locali, altri professionisti e privati in materia di diritto Amministrativo, civile e penale connesso, con particolare riferimento al settore dell'edilizia-urbanistica, delle espropriazioni, degli appalti pubblici, dell'energia e dell'ambiente.

Si vanta di essere lui a cercare di convincere il cliente a desistere da fare cause, convinto che il peggior accordo è sempre meglio della migliore causa, anche per lo stato pietoso in cui verte la nostra giustizia.  
antonio@studiostancanelli.com

# COME RITOCCCARE UNA FOTO

direttamente dal tuo smartphone

ELENA BUCELLI

**Pensi che una volta imparato a inquadrare, la foto per il tuo sito/social/depliant sia pronta? Sbagliato! Oggi parliamo di editing!**

**A**bbiamo sempre parlato di come realizzare le nostre foto. Ma non abbiamo mai affrontato l'argomento su come "lavorarle" e quindi in gergo tecnico, post produrle. Nell'era del digitale, più che mai è necessario intervenire sugli scatti realizzati, che siano stati fatti con un cellulare o con una macchina fotografica più o meno professionale, è doveroso lavorare l'immagine.

L'immagine appena scattata, spesso non sembra aver bisogno di grosse correzioni, ma fidati: in realtà dovremmo sicuramente intervenire!

Iniziamo a parlare di come possiamo intervenire sugli scatti realizzati con i nostri cellulari, ovviamente sempre smartphone.

Sul mercato esistono software o applicazioni che sono in grado di post produrre immagini anche direttamente dal nostro cellulare.

## APP UTILI AL FOTORITOCCO

Esistono in commercio molte applicazioni sia per iOS che per android, per il fotoritocco di immagini scattate dai cellulari.

Cercate come 'foto editor' oppure 'app fotoritocco' con la funzione "CERCA" dello Store: ti usciranno tanti risultati per lo più uguali, attenzione perché molte in realtà si limitano ad applicare filtri vari e non forniscono un editor specifico per fotoritocco globale.

Ho personalmente provato per conto tuo: Foto Editor, Photoshop Express, Photo Lab. Una volta scaricata l'applicazione sul tuo cellulare,



# NATURAL INSTINCT

APPROVATO  
DAI VETERINARI



MADE IN ITALY  
*Primordial*  
by Mister Pet

**GRAIN FREE MINI**



**NEW**



**NOVITÀ! 4 MINI:**

QUAGLIA ANATRA

CINGHIALE AGNELLO

ANATRA TROTA

SARDINA OCA

## HOLISTIC PHILOSOPHY HIGHLY FRESH MEAT

Natural ingredients that respect the evolutionary origin of dogs and cats

**100%**  
NATURAL

**70%**  
ANIMAL  
ingredients

**30%**  
VEGETABLES  
herbs and fruits



MISTERPET

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

ti basterà aprire la foto da postprodurre e andare ad agire sui punti che ne hanno più bisogno, in modo da ottenere un'immagine più precisa possibile.

Molte app sono gratuite (come quelle appena citate), altre invece sono a pagamento, ma non avrai bisogno di tutte le funzioni in più che potrebbero offrirti rispetto alle altre.

Scegli in linea di massima la più semplice, bene o male sono tutte molto intuitive e simili nel funzionamento e per i ritocchi base da cellulare andranno benissimo.

**Regola numero uno: saper scegliere la foto migliore in una serie di foto simili**

### LE BASI DELLA POSTPRODUZIONE DI UNA FOTO

Molto probabilmente, per ottenere lo scatto perfetto, il più simile a quello che hai idealmente in testa, adopererai la tecnica del multiscatto, o comunque delle molte foto scattate a distanza ravvicinata.

A quel punto, andranno messe a confronto tra loro e dopo aver eliminato le peggiori, quelle fuori fuoco, sovraesposte, col soggetto in movimento o troppo scure e via così, per esclusione arriverai a scegliere la migliore.

Le foto non sono mai uguali l'una all'altra anche quando a occhio nudo sembrano identiche: attraverso l'applicazione potrai selezionare le migliori con maggiore facilità!

Secondo step: una volta scelta, ritaglia (ed eventualmente raddrizza) la tua fotografia. Una foto scattata storta e tagliata male, non darà il medesimo risultato neppure una volta ritoccati tutti gli altri valori: l'orizzonte, il piano orizzontale, le linee, dovranno essere sempre il più possibile dritte, salvo eccezioni volute, in cui le linee potrebbero essere anche totalmente in diagonale al fotogramma.

L'immagine "croppata" (*to crop* in inglese significa appunto ritagliare) dovrà essere ritagliata sempre mantenendo le proporzioni, senza mai troppo ritaglio su una sola immagine, anche perché se tu esagerassi nell'intervenire, finiresti certo col togliere informazioni e pixel al file. Ricorda sempre che quando scatti una foto, come abbiamo già detto nei numeri scorsi, devi sempre pensare al soggetto e a cosa vuoi ottenere: se la fotografia che vuoi realizzare è il ritratto di una persona seduta su una panchina al parco, dovrai avvicinarti al punto di riprendere soltanto il viso (o al massimo mezzo busto) e poi eventualmente raddrizzare e ritagliare piccolissime parti. Ma non dovrai mai pensare di scattare con un campo largo per ottenere un ritratto, cioè una parte piccola della foto, perché finiresti con l'ottenere una fotografia di ancor minore risoluzione, eliminando – come dicevo sopra – gran parte dei pixel utili per la definizione e per una buona risoluzione.

### MANUALE? AUTOMATICA? E LE IMPOSTAZIONI?

Quando lavori su una foto ricorda di non eccedere mai: uno scatto troppo modificato, finisce col perdere la sua "anima".

Le applicazioni di cui vi ho parlato, offrono la possibilità di impostare in maniera automatica la modifica migliore da applicare alla foto, spesso dando anche dei buoni risultati, ma non sempre, in tal caso dovrai intervenire manualmente. Come saprai, sia le macchine fotografiche che i cellulari, danno la possibilità di scattare in modalità manuale oppure automatica. Per utilizzare la modalità manuale dovrai conoscere alcune basi della fotografia, altrimenti rischi di non portare niente di buono a casa. Quindi scegli sempre di preferire lo scatto e il modificare in modo automatico, se poi sei curioso e ti piace scoprire cose nuove, avventurati, il digitale ti dà modo di sbagliare e tornare indietro all'infinito! L'editing della foto, oltre alla scelta delle foto e al ritaglio, comprende anche la lavorazione delle varie impostazioni.

Apri la tua foto sull'applicazione e scegli modifica.

Il tuo cellulare prima di tutto ti propone la modifica automatica e poi gli altri singoli parametri.



Inizia col provare la modifica automatica e poi passa a controllare i seguenti parametri: le ombre, le luci, l'esposizione, la temperatura, il contrasto, la saturazione, punto di nero, brillantezza, nitidezza, definizione, riduzione disturbo, vignettatura.

Come avrai notato, il ritaglio è essenziale e spesso viene sempre tra i primi parametri assestanti da inserire. L'immagine digitale ha praticamente sempre bisogno di un piccolo ritocco, vuoi per dargli più

o meno contrasto, abbassare le alte luci o semplicemente raddrizzarla e ridarle un po' di luminosità. La fotografia dovrà avere un buon impatto visivo per apparire al meglio agli occhi dei tuoi lettori, quindi cerca di staccare il soggetto da tutto l'insieme, altrimenti sarà percepita come un unicum e perderà di valore il soggetto stesso.

Quando scatti una foto di un prodotto, cerca di collocarlo in primo piano, lasciando tutto il resto in un secondo piano che rimanga fuori fuoco, come uno sfondo appositamente solo accennato in forme e colori: prova con il tuo cellulare, allenati e poi cimentati a post produrre!



### QUASI COME LA FOTOCAMERA?

Naturalmente alcune impostazioni di scatto non sono regolabili né in fase di scatto né in post produzione: questo perché gli smartphone non riescono e non possono sostituire a 360 gradi una macchina fotografica professionale. Però riuscirai a modificare in modo adeguato una foto da pubblicare in modo veloce e immediato.

Tuttavia esistono smartphone di ultima generazione che danno la possibilità di regolare impostazioni di base come diaframma, tempi e ISO, e addirittura la scelta di ottenere un file RAW: ma vi posso garantire che un'immagine scattata bene con un cellulare non sarà mai come quella di una Reflex o Mirrorless che si voglia.

Questo perché le potenzialità di un cellulare sono limitate, a vantaggio per contro di risultati veloci e immediati, esattamente quello che ci richiede il mercato e i social: vedere sempre pronti e perfetti tutti i nuovi scatti, che devono cambiare di frequente per mantenere un riscontro di pubblico costante.

### PERCHÉ È IMPORTANTE IL FOTORITOCCO

Poniti sempre una domanda principale: che immagine voglio dare del mio pet shop? Le immagini che pubblico, mi rispecchiano? Rispecchiano i valori, l'impegno, la qualità dell'assortimento?

Le foto che selezionerai per la promozione del tuo negozio ti aiuteranno a vendere, a farti conoscere, a far capire quanto tu sia scrupoloso nei dettagli e attento alla tua immagine. Spesso mi capita di imbartermi in post e materiale pubblicitario con foto di scarsa qualità, dove gli autori mi chiedono di rifare il tutto perché insoddisfatti del risultato. Beh, così facendo hanno speso soldi, tempo e energie ben due volte. Segui tutti i passaggi, dal primo crop all'aggiustamento delle luci, e buon ritocco!

**Le foto che selezionerai ti aiuteranno a vendere, a farti conoscere, a far capire che tieni alla tua immagine**



**ELENA  
BUCELLI**

Elena Bucelli è una fotografa freelance con base a Livorno nel suo Studio Fotografico EB. Fotografa specializzata per passione e amore nel mondo dei quattro zampe e delle loro famiglie. Fondatrice di Photo Pets\_Box settore dello studio che si occupa solo di ritratti e servizi fotografici per cani e gatti. Elena è stata fotografa ufficiale di Quattrozampe in Fiera per 5 anni consecutivi, girando con la sua macchina fotografica ogni tappa italiana della fiera e immortalando volti, musi, stand, aziende e attività del mondo cinofilo. Elena si occupa quindi di fotografia emozionale e tecnica per aziende e privati.  
[www.elenabucelli.com](http://www.elenabucelli.com) - [info@elenabucelli.com](mailto:info@elenabucelli.com)



# RIDUCI I COSTI DEL TUO PET SHOP

per aumentarne il profitto

GIUSEPPE DI DOMENICO

**Le spese del negozio non vanno sottovalutate: crea una strategia per ridurle e dormire sereno anche se gli incassi si abbassano**

I costi aziendali sono la zavorra che impedisce a ogni azienda di crescere, ma quasi mai ci si presta la dovuta attenzione.

Mi capita spesso di incontrare imprenditori concentrati sulla necessità di dover trovare nuovi clienti per aumentare il fatturato e i profitti, convinti di aver già "tagliato" tutte le spese possibili, ma la verità è che abbattere i costi aziendali è un'operazione che permette all'impresa di guadagnare davvero.

Il fatturato è importante ma senza il controllo dei costi, l'azienda è destinata a chiudere.

Uno degli ostacoli che impedisce la crescita economica del negozio, è la riduzione della marginalità nel corso del tempo. Una "malattia degenerativa" che colpisce ogni singola azienda, grande o piccola che sia.

Di solito funziona così: dopo una fase di start-up, in cui l'attività cresce, spinta dall'energia dell'imprenditore più che dai progetti di successo, si raggiunge un livello di maturità, in cui il fatturato aumenta in maniera più che proporzionale rispetto agli sforzi.

Dopo un periodo di crescita importante, il fatturato rimane invariato per un po' o subisce un calo, più o meno marcato, mentre i costi restano quasi sempre immutati. Soprattutto i costi fissi, quelli non correlati direttamente alla generazione del fatturato e che sono, per loro natura, difficili da ridurre nel breve periodo.





## salviette igienizzanti

con estratti  
VEGETALI **BIO**

# IL PROFUMO DELL'IGIENE



 senza ingredienti  
di origine animale

 senza  
alcool

 senza oli  
minerali

 senza  
coloranti

 senza  
siliconi

Scopri la gamma completa, in tanti formati e profumazioni.



Quando questo accade, la struttura dei costi aziendali appesantisce notevolmente l'agilità di manovra e mandare avanti l'attività con profitto, diventa più difficile che far trainare 50 carrozze contemporaneamente a un solo cavallo.

Da un certo punto di vista è fisiologico, perché crescendo, il tuo pet shop ha necessariamente bisogno di più personale e più asset per funzionare, quindi i costi tendono naturalmente ad aumentare per assecondare lo sviluppo del business. Ma quando il fatturato si contrae e il volume di affari si riduce, non adattare di conseguenza anche la struttura dei costi può rivelarsi rischioso per la salute delle casse aziendali.

Ecco perché se il fatturato cala, oltre a mettere in campo tutti gli strumenti per farlo risalire, devi subito lavorare sui costi per adattarli al rallentamento della produzione.

Questa operazione è perfino più importante di quelle necessarie a provocare una nuova crescita del volume d'affari e, paradossalmente, molto più sicura in termini di risultati.

So bene che quello che ti sto scrivendo può suonare strano o persino fuorviante.

D'altronde focalizzare tutta l'attenzione sul fatturato, è fisiologico per ogni imprenditore perché in una fase di declino o contrazione, la priorità più evidente è riportare gli incassi ai livelli originari e non ridurre le spese.

**Se il fatturato diminuisce e la struttura costi resta invariata, il pet shop rischia di chiudere**

Un atteggiamento pienamente comprensibile, spesso rafforzato dall'innata propensione a rischiare, investendo sempre più risorse e dall'abitudine a rimanere legati al ritmo di spese che si è sempre sostenuto, senza riuscire a rinunciare a nessuna di loro, nemmeno alla più accessoria. In realtà ridurre i costi aziendali ti farà guadagnare di più a parità di sforzo, anche se è più difficile di quello che sembra.

### LA RESISTENZA DELL'IMPRENDITORE

Nei miei interventi di ristrutturazione aziendale e di miglioramento della struttura finanziaria è quasi sempre prevista la procedura di *spending review*, cioè di revisione e gestione dei costi, con l'obiettivo di rendere più efficiente l'impresa.

Guadagnare di più senza perdere in efficienza dovrebbe essere uno dei sogni proibiti di ogni imprenditore, ma posso garantirti che proprio da voi, da quelli come te, proprietari di attività, incontro non pochi ostacoli e resistenze.

Nonostante sia una procedura piuttosto lineare, in cui io e il mio team ci occupiamo di analizzare la struttura dei costi, compararla con le esigenze della struttura organizzativa e intervenire di conseguenza per ridurre costi aziendali superflui, raramente riceviamo piena collaborazione da parte dei nostri assistiti.

È come se un blocco emotivo impedisse agli imprenditori di liberarsi della zavorra inutile che appesantisce la loro attività e non le permette di spiccare il volo. Soprattutto quando tra le misure previste si decide di ridurre i costi del personale.

Non mi fraintendere: sono convinto che il valore di un'impresa, di qualsiasi dimensione, sia legato a quello delle persone che la compongono e che la responsabilità di un titolare



verso il proprio staff sia insindacabile, ma so per certo che garantire la sopravvivenza del negozio è più importante che mantenere un posto di dipendente. Per salvare posti di lavoro, spesso si rimanda la riduzione dei costi fissi legati al personale. Ma questo porta l'azienda nelle cattive acque di una crisi senza rimedio.

Meglio agire subito e rivedere i costi anche se questo comporta spese immediate, come accade con le procedure di incentivo all'esodo. Da parte dell'impresa, nell'immediato, c'è un esborso ulteriore di denaro, ma la riduzione del personale col tempo alleggerisce notevolmente una struttura vacillante.

Sotto certi aspetti capisco le resistenze del titolare, perché mi rendo conto che se la gestione delle spese è sempre rimasta la stessa allo stesso modo, con abitudini tramandate di generazione in generazione e le cose hanno sempre funzionato bene è molto difficile cambiare.

**La riduzione strategica dei costi aziendali ti permette di aumentare i profitti**

Per assurdo: quando chiedo i dati per la *spending review*, spesso attendo mesi, prima di ricevere le informazioni.

Almeno fino a quando l'acqua non arriva alla gola.

Ma perché aspettare?

Se il fatturato diminuisce e la struttura costi rimane invariata la tua attività rischia di chiudere!

### **L'IMPORTANZA DI INTERVENIRE PRESTO**

La *spending review* è una procedura che dovrebbe essere diffusa in ogni tipologia di azienda, a prescindere dallo stadio di gravità del problema di liquidità in cui è coinvolta e dovrebbe essere ripetuta più volte nel tempo. La ragione è semplice: mantenere sotto controllo la struttura dei costi e adeguarla in funzione di quanto vuoi realizzare in profitti, ti consente di mantenere l'efficienza strutturale nel tempo e raggiungere il massimo rendimento da ogni singolo euro che investi nella tua attività.

Col tempo, infatti, l'attività tende a caricarsi di spese inutili, come personale in soprannumero, asset inutilizzati, servizi non necessari... ma non solo.



L'abitudine a trattare sempre con gli stessi fornitori o acquistare sempre gli stessi materiali è tipica degli imprenditori, che sacrificano il profitto sull'altare della comodità. In questo modo però, rischi di caricare le tue casse di costi più elevati rispetto a quelli che potresti sostenere se valutassi alternative ai soliti fornitori, che ti consentirebbero di ottenere risparmi a parità di prodotti o servizi.

Perché nessuno ci pensa?

Perché quando il fatturato cresce, il volume d'affari tende ad assorbire le inefficienze dei costi aziendali, per cui non avverti problematiche tali da indurti a rivedere la gestione spese.

Attività emotivamente stressanti, come ridurre i costi del personale quando manca il lavoro per giustificare una pesante struttura organizzativa, vengono rimandate il più possibile.

Il problema si presenta quando il fatturato stagna e la gestione dei costi fissi aziendali, rimasta inalterata, diventa una zavorra per il tuo pet shop, al punto da trascinarlo sempre più in basso, come una pallina su un piano inclinato.



Rimanere fermi o peggio ancora chiudersi nelle proprie abitudini non aiuta a risolvere la situazione, anzi ti porta sulla via preferenziale che conduce alla crisi più grave.

### APPLICA UNA STRATEGIA DI RIDUZIONE

Approcciarsi in maniera corretta alla revisione dei costi è un po' come preparare la valigia prima di partire. Per non incorrere in spiacevoli contrattempi è opportuno imbarcare solo ciò che realmente serve per il tempo che si resta fuori.

Allo stesso modo, calibrare la struttura dei costi i sui reali obiettivi di fatturato ti consente di evitare i rischi di una crisi di liquidità aziendale e far aumentare i profitti a parità di sforzo.

Affrontare quanto prima questa fase così delicata dà la possibilità a ogni imprenditore di:

- **allocare le risorse** in maniera diversa, nel breve periodo;
- **risparmiare in maniera strutturale** i costi e **migliorare l'efficienza**, nel medio termine;
- **avere una struttura costi flessibile** nel lungo periodo, per tener testa agli eventuali cambiamenti di mercato.



Per implementare correttamente una riduzione strategica dei costi è necessario partire innanzitutto da una revisione accurata delle strategie di sviluppo che intendi seguire. In base a questa bisogna poi adeguare le risorse necessarie a perseguirla e analizzare la struttura dei costi. Quest'ultimo passaggio, in particolare, ti serve a distinguere i costi fissi da quelli variabili e identificare i costi delle singole aree.

### TIPOLOGIE DI COSTI AZIENDALI

I costi generali includono le spese per il personale, il noleggio di attrezzature, l'energia elettrica o le locazioni dei locali. Si distinguono dai costi di produzione e delle vendite, perché in queste ultime sono inclusi rispettivamente logistica, sovrapproduzione, errori e scarti o stipendi fissi, benefit gratuiti, viaggi e trasferte.

Eseguita questa rapida analisi, il passo successivo è programmare gli interventi di riduzione dei costi fissi e la gestione delle alternative variabili. Devi infine, quantificare gli investimenti, i tempi e le modalità di riduzione costi.

Pochi passaggi, mirati e precisi, che se effettuati tempestivamente e in modo efficace riducono notevolmente l'esposizione della tua azienda ai rischi di una crisi e ti consentono di incrementare i profitti, rendendo disponibili risorse utili a nuovi investimenti.



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



# Vivere

EQUILIBRIUM MEAL  
by Mister Pet

*Fatto con amore,  
per Vivere bene insieme.*



**100%  
NATURAL  
PET FOOD**

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



**NO GLUTEN  
INGREDIENTS**



**HOLISTIC**  
Erbe officinali ed essenze botaniche  
Medicinal herbs and botanical essences



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

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



# COMPARATORI DI PREZZO:

## usarli o non usarli?

**FRANCESCO CARUCCIO**

**Strumenti utilissimi per permettere ai clienti di orientarsi sul mercato, possono rivelarsi dei boomerang per te, scopriamo perché**

**I** comparatori di prezzi sono degli strumenti che ti permettono di portare traffico sul tuo sito e spesso, anche di incrementare molto il tuo fatturato. Fin qui sembrano utili alleati dai soli lati positivi, perché mai dovresti decidere di non usarli? Perché dovresti anche solo porti il dubbio? Vediamolo assieme.

Partiamo da un presupposto: nulla è gratis e qualunque attività che fai sul tuo sito eCommerce, qualsiasi cosa tu voglia implementare ha un costo, almeno in termini di tempo.

Nella fattispecie, riuscire a collegare i sistemi di comparazione di prezzo al tuo sito per farli funzionare è un'operazione da addetto ai lavori, per cui stiamo parlando di costo in denaro.



Regola numero uno: è sempre opportuno domandarsi se il ritorno di un investimento sarà adeguato, se porterà qualcosa nel breve, medio o lungo termine.

Semplificando, un comparatore di prezzo non è altro che un sito in cui compaiono i tuoi prodotti a paragone con altri dello stesso tipo, grazie alle ricerche fatte dagli utenti.

Un utente che decida di andare su un comparatore di prezzo, anche sul classico Google, dato che Google Shopping è un comparatore di prezzi, o su uno degli altri siti che si sono



affermati negli ultimi anni agisce così: anzitutto inserisce il nome del prodotto con o senza il brand e poi fa le sue considerazioni in base alla serie di risultati prodotti, esattamente come un motore di ricerca.

Naturalmente se tra quei risultati è presente anche il tuo prodotto corredato dal prezzo, è possibile che l'utente ci clicchi sopra, arrivando sul tuo sito. Fin qui sono tutte rose e fiori.

Ma che accade se non hai tu il prezzo migliore, ma i tuoi concorrenti sì? Che sei fuori dai giochi. "Qualunque implementazione o attività di sviluppo mi richiede tempo e denaro" dicevamo sopra no? Se non hai il prezzo migliore, non hai grande motivazione a fare apparire i tuoi prodotti nei comparatori.

**Un comparatore di prezzi è un sito su cui i prezzi dei tuoi prodotti sono paragonati ad altri analoghi**

### **IL POTERE DEL BRAND NEI COMPARATORI DI PREZZO**

C'è un unico caso in cui può vincere un risultato che non ha il prezzo migliore: che il risultato sia il sito del brand ufficiale del prodotto. Ti faccio un esempio pratico: voglio comprare un giubbotto a marchio Ferrari, so bene che Ferrari non andrà mai su un comparatore di prezzi, però passami l'esempio a scopo didattico). Ma vale per qualsiasi altro prodotto: crocchette, guinzagli, giochi per cani, non è importante ai fini del ragionamento.

È importante ricordare come ogni compravendita susciti sempre nell'acquirente una sensazione di rischio.

Il brand Ferrari mette il suo giubbotto in vendita anche tramite i comparatori di prezzi e che cosa succede? Che altri siti, magari meno famosi, non ufficiali, mettono lo stesso prodotto in vendita. Ma Ferrari, essendo il marchio ufficiale, che interagisce dal sito ufficiale, gode di una fiducia maggiore da parte dei potenziali clienti, incontrando quindi una minore diffidenza.

In questo modo nonostante il costo sia più elevato sul sito ufficiale Ferrari, se il cliente clicca sul sito sponsorizzato che recita "Sito ufficiale", probabilmente preferirà quello perché si sente più sicuro nell'acquistare.

### **COME ATTRARRE CLIENTI DA SEMPLICE RIVENDITORE**

Quindi se sei tu che produci quel particolare prodotto e ne sei il brand ufficiale, i tuoi risultati verranno dal sito ufficiale della "casa madre" e avrai più possibilità di farcela anche se messo a paragone con prezzi minori per lo stesso prodotto. Se invece, come nella maggior parte dei casi, hai un sito eCommerce non ufficiale, un semplice rivenditore, le cose cambiano.

La battaglia diventa semplicemente sul prezzo. Perché diventa farsi una battaglia tra persone, tra aziende diciamo, che non sono le grandi aziende ben note al pubblico, quindi godono di minor fiducia da parte dell'utente. Se dal punto di vista del prezzo ne varrà la pena, allora cliccherà e andrà a vedere.



Una volta che è arrivato sul tuo sito, entrano in gioco tutta una serie di altri fattori:

- Quanta fiducia ispira il tuo sito
- Quanto è fatto bene
- Se non ci sono errori
- Se il processo di acquisto fino alla cassa è breve e si svolge rapidamente.

Non basta perciò attirare il potenziale cliente sul sito, l'esperienza di acquisto deve essere soddisfacente dall'atterraggio sul sito fino alla schermata di conferma.



Ma noi per farla semplice, adesso immaginiamo di avere un sito perfetto, fatto a regola d'arte: in questo caso l'obiettivo è fare arrivare l'utente al tuo eCommerce e la sola via è il miglior prezzo per il prodotto in questione.

### COME FUNZIONA UN COMPARATORE DI PREZZI

Qualsiasi piattaforma eCommerce tu abbia, da Magento, a Shopify, ma anche WooCommerce, o Prestashop, comunque avrai un catalogo, con delle categorie e dei prodotti.

Questi prodotti vengono salvati nel tuo database, nel tuo sito, corredati di tutta una serie di dati, di solito in questo ordine:

- Il nome/titolo del prodotto
- La descrizione
- Il prezzo
- La categoria a cui appartiene
- L'immagine del prodotto

**Tutto ciò che è premium-luxury, mal si adatta al meccanismo dei comparatori di prezzo**

Oramai esistono dei plugin (chiamati anche moduli, in base alla piattaforma) cioè pezzi di software, che puoi acquistare per cifre irrisorie e ti permettono di "esportare il feed" come si dice in gergo. Il feed è un file enorme con tutti i dati al suo interno, che permette di sincronizzare il tuo sito eCommerce, con il sito di comparazione e mettere in relazione prodotti e relativi prezzi. Di fatto i dati vengono "sparati" su Google Shopping o qualsiasi altro comparatore di prezzi.

Così facendo le persone che eseguiranno la ricerca del prodotto al prezzo migliore, troveranno anche il tuo prodotto tra i risultati, perché lo hai sincronizzato.

Cliccano e atterrano sulle pagine del tuo sito, dove poi concluderai la vendita (se il tuo eCommerce ha i requisiti di cui abbiamo già detto sopra).

### QUANTO COSTA UN PLUGIN

Cambia poco da piattaforma a piattaforma. Diciamo che ci sono addirittura delle soluzioni gratuite se parliamo di Wordpress con WooCommerce (anche se non sempre sono perfette), mentre parlando di soluzioni professionali a pagamento, restiamo comunque attorno sulle poche decine di euro, tra 20 e 30.

Fa eccezione una piattaforma come Magento, dove può arrivare a costarti anche qualcosa di più, come 2-300 euro, perché come abbiamo già visto il mese scorso, parliamo di un grande nome dell'eCommerce, da sempre caratterizzato da costi elevati rispetto alle alternative.

A questo costo, devi sommare quello del tecnico che ti deve configurare il plugin, collegarlo con i vari sistemi e mettere in conto il tempo che serve per configurare il tutto, testarlo e accertarsi del corretto funzionamento. Non è un grande sforzo, né tecnico, né di tempo, né economico. Una funzionalità del genere nel giro di una settimana si dovrebbe riuscire a fare, ma magari in quella settimana hai in mente di mettere in atto strategie di marketing più adatte a te. Devi sempre considerare anche il tempo, quando valuti un investimento, perché per quanto possa suonare un luogo comune, il tempo è denaro, quello di un imprenditore a maggior ragione.

### CONSIDERAZIONI STRATEGICHE

In alcune situazioni tuttavia, la presenza sui comparatori di prezzo, può anche avere dei risvolti di tipo psicologico sul cliente, decisamente non percepiti come una "vetrina" di particolare prestigio. Ammettiamolo: vedrai mai una Ferrari in un comparatore di prezzi?



Se vendi cose di fascia molto alta, premium price, di lusso, con un prezzo abbastanza alto rispetto a prodotti simili ma di fascia medio-bassa, il comparatore non è la vetrina per te.

Ti ritrovi sostanzialmente in una sorta di grande calderone, assieme a prodotti anche di fascia bassa e messi tutti nello stesso “gruppo”, e rischiate di sembrare un po’ tutti simili.

O hai una forte differenziazione, un marchio molto conosciuto, oppure difficilmente funzionerà.

Caliamoci nel concreto: se tu vendi un collare per cani di lusso, che costa dieci volte più di un collare normale, non ha molto senso tu stia nel comparatore di prezzi. Perché più la tua fascia di prezzo sale, meno dovresti trovarti paragonato a prodotti simili ma di minor prezzo e qualità, restando sulla metafora delle auto: è come mettere una Porsche in una concessionaria Tata. Sono cose che non vanno tanto bene insieme, o come vendere collane da 100.000 euro al mercatino in mezzo alla bigiotteria. Non ci fai una gran figura, ecco.

Tutto ciò che è premium-luxury, mal si adatta a questo meccanismo, sia per l’effetto che produce, sia per il target che i comparatori aggregano.

## CONCLUSIONI

Ricapitolando.

Solo in due casi è interessante investire nell’implementazione dell’eCommerce per la presenza sui comparatori di prezzo:

- quando sei il solo ad avere il prezzo migliore, oppure
- quando sei il produttore ufficiale di un prodotto.

Ricorda sempre che se il tuo è un prodotto luxury, quello non è il suo posto, a meno che non sussistano condizioni particolari, che ne giustifichino la presenza.

Professionalmente parlando, io sconsiglio per la maggior parte dei casi, di essere sui comparatori di prezzo, in primis per non ingaggiare una battaglia di prezzo.

Mettiamo il tuo sia un prodotto molto comune e tu decida di assottigliare i tuoi margini e quindi guadagnarci un po’ meno, pur di fare volumi. I volumi di vendita devono essere veramente molto grossi, oppure rischi semplicemente di avere meno “armi” dei tuoi concorrenti.

Perché sì, magari è vero che fai più vendite, ma pochi margini non ti permettono di reinvestire in marketing, ad esempio.

In realtà poi ci sono tanti altri strumenti per aumentare il fatturato. Su un prodotto che hanno tutti ad esempio, è la differenziazione del tuo servizio rispetto a quello che fanno i tuoi concorrenti. Prima quindi di andare a provare i comparatori di prezzo, dovresti domandarti cosa puoi fare, per migliorare il servizio.

È solo uno spunto, sei libero di testare tutto quello che vuoi, a dispetto di qualsiasi mia opinione in merito.

Ma tu fatti un favore: valuta attentamente, se essere presente oppure no sui comparatori di prezzo.



**FRANCESCO  
CARUCCIO**

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

# NON USCIRE DALLA ZONA DI COMFORT:

è lì che inizia la tua evoluzione

EMILIO GERBONI

## Come restare comodi e far crescere il tuo pet shop con entusiasmo

**S**viluppare la propria attività dovrebbe essere un piacere, difficilmente si può portare avanti un'impresa se dietro non c'è una forte passione. Ma questo non vuol dire che la passione non possa venire spenta e maltrattata, trasformando ciò che veniva fatto con entusiasmo in un'estenuante sequenza di incombenze e doveri, privi di qualsiasi gratificazione.

Spesso viene sottovalutato come un piacere possa essere trasformato in un dovere, facendoci passare la voglia di "giocare".

Nella tua mente, nei momenti ostici della tua attività, potrebbero apparire pensieri quali:

*"Devo fare così altrimenti rischio di fallire",*

*"Se non mi adeguo a queste situazioni perderò i miei clienti" etc. etc.*

Bada bene, non sto dicendo che molti cambiamenti non vadano messi in atto, ma che alla base dello spirito e dell'intenzione di portare avanti determinate azioni, non ci sia il piacere bensì la paura e l'angoscia in tutte le sue forme.

La domanda che vorrei porti è: *tu vuoi che per i tuoi clienti sia un'esperienza faticosa, sgradevole e di disagio venire ad acquistare al tuo negozio?*

*Che debbano soffrire e forzarsi a prendersi cura dei loro animalletti?*

*E i tuoi prodotti e servizi hanno lo scopo di far soffrire e mettere a disagio padroni e i loro piccoli amici?*

Non penso proprio sia così, o almeno mi auguro di no.

E allora perché tu invece dovresti soffrire? Forse perché sei dall'altra parte della barricata?

Chi organizza la festa non si diverte di solito. Certo, proprio perché fa parte della nostra cultura questa idea malata di punizione persecutoria e di auto-sacrificio, che avvelena e trascina verso la più profonda insoddisfazione e perdita di voglia di fare, per pura mancanza di senso.



Ed è così che potresti pensare *“chi me l’ha fatto fare di imbarcarmi in questa impresa”* e questo vale per tutte le attività professionali (pensiero frequente nelle relazioni di coppia) messe sempre più in difficoltà dalle pressioni esterne, spesso proprio da chi avrebbe il compito di aiutarle.

Se si cerca e si chiede aiuto dovrebbe essere per alleggerirsi, non per aggiungere carico al proprio già ingombrante bagaglio. Non possiamo ottenere grandi risultati personali e professionali, se non stiamo bene, se non agiamo all’interno di una situazione di comodità che genera piacevoli sensazioni di fiducia, entusiasmo, efficacia e divertimento.

### **ASCOLTA IL TUO RITMO PERSONALE**

Eppure quante volte ti hanno messo l’angoscia dicendoti di uscire dalla zona di comfort? Immaginati prima di nascere, nell’utero materno. Se non ci sono state grandi complicazioni, nessuno è venuto a strillarti di uscire prima che tu fossi pronto. A quel punto, sei venuto fuori da solo in modo naturale, con un minimo di assistenza certo, ma da solo.

Affrontare la vita fuori è una faccenda tremendamente seria e trovo una cosa disumana e pericolosa questa abitudine a indurre le persone verso uno spreco di forza di volontà, spingendole fuori dalla loro zona di comfort prima che siano pronte.

Spesso i guru della crescita personale fanno questo senza dare loro nessuna strategia di difesa e comunque senza assicurarsi che le persone alle quali si rivolgono, siano davvero in grado di applicarla o che abbia senso all’interno del proprio percorso.

Voglio portarti un esempio dalla natura. L’aquila reale americana cova, in tutto, otto uova. Subito dopo la schiusa, nutre per qualche giorno i piccoli, poi li prende per il becco e li getta giù nel vuoto.

Non ne sopravvivono mai più di due. Quelli non ancora pronti, si spaccano l’osso del collo cadendo a terra.

La missione di ogni psicoterapeuta o esperto di crescita personale che urla dal palco, dovrebbe essere far sopravvivere tutti non solo i pochissimi più forti, dovrebbe essere evitare la rovinosa caduta dei pulcini non pronti.

Tutti hanno diritto al benessere, alla serenità e alla felicità di vivere, non solo chi è disposto a mettersi l’elmetto e afferrare la lancia.

Certo che esistono i Marines e i Navy Seals, sono esistiti i guerrieri di Sparta e i Gladiatori, e per loro da sempre esistono precise strategie di preparazione fisica e un’infinità di slogan e motti motivazionali per rafforzare la mente e tenerla sempre su di giri.

Uno entra come giovane e allampanato ragazzino, impreparato alla fatica e allo stress e ne esce guerriero. E va benissimo. Tutte cose che funzionano e sono ben studiate...

...per loro.

Ma esiste anche chi ci ha provato ma non ci è riuscito, esiste anche chi non ha più la forza di spingersi fuori a forza di muscoli di braccia e ha bisogno di un piano B.



### QUALI SONO I TUOI VERI BISOGNI?

Quello che i signori motivatori non sanno è che la zona di comfort è un ottimo posto dove evolvere in tutta tranquillità, e poi non c'è bisogno di nessuna incitazione a lasciarla, una volta pronti. È una cosa naturale voler uscire fuori nel mondo, per goderselo, non per combattere.

Sentendosi all'altezza di ciò che si desidera realizzare, col piacere di farlo concretamente.

Non quindi combattere per raggiungere delle mete prestabilite da altri, per portarti su terreni in cui loro sono più forti mentre tu arranchi e ti affanni con poco successo, per poi entrare in una battaglia che non ti appartiene, giocando un gioco che non è il tuo.

**La vera evoluzione inizia, si sviluppa e rimane nella tua zona di comfort, che evolve con te**

Se stai ancora leggendo queste parole probabilmente è perché tu ci vorresti vivere nel mondo, non rinchiuderti in casa e lasciare fuori tutti. Certamente vuoi stare con gli altri; lavorare in un ambiente popolato di persone, da gestire dividendole tra amici e semplici colleghi, magari non adatti a te; desideri da tenerti vicino senza che questo o questa debba sempre disinnescare i tuoi momenti di rabbia, depressione o disagio, etc...

Perché se vuoi sbarrarti in casa, odiando il mondo e senza desiderio di nessun contatto, potresti semplicemente farlo.

Viviamo in un'epoca fantastica per i misantropi, gli asociali e gli orsi metropolitani. Un cellulare e puoi ottenere direttamente sul tuo zerbino tutto quello che vuoi. Non hai bisogno di me o nessun altro.

Puoi lavorare, mangiare, vestirti, ordinare un materasso nuovo, senza nessuna interazione umana. Ma tu invece vuoi uscire e vivere bene, vuoi farlo in modo comodo, perché questa dovrebbe essere l'aspirazione di tutti: un comodo stile di vita, un comodo sistema di affrontare i conflitti, una comoda maniera di stare in una relazione sentimentale e via così.

Ed è davvero possibile farlo nella maniera più efficace e senza angoscia, anche se lì fuori urlano che non è possibile e soprattutto che è sbagliato.



Ti dicono che dovresti spingerti oltre i tuoi limiti, forzarti, snaturarti, perché altrimenti sei destinato a quello che loro considerano fallimento. Se non domini l'universo sei un fallito, se non sei il numero uno assoluto sei un fallito, se non rimani il numero uno per sempre sei un fallito.

Una vera e propria gara al massacro, adatta ai gladiatori.

Ma questo messaggio non è formativo. È pura selezione naturale che nulla ha a che fare con la propria evoluzione.

La vera evoluzione inizia, si sviluppa e rimane nella tua zona di comfort, che evolve con te.

Più evolvi e più la tua condizione di agio aumenta, il piacere di vivere, di godersi le esperienze, di progettare, di condividere.

Credo di non sbagliarmi quando affermo che in realtà molti dei problemi che stai affrontando oggi, sono l'effetto del tentativo e degli sforzi fatti proprio mettendoti alla



prova, proprio sforzandoti come ti hanno detto, proprio facendo quello che ti dicevano di fare. Riflettici un attimo.

### QUALI SONO LE IDEE CHE TI HANNO MESSO IN TESTA?

- “Ti devi sforzare” nella direzione che ti impongo.
- “Devi usare tutta la forza di volontà” a fare ciò che ritengo giusto.
- “Fai il tuo dovere e assumiti le tue responsabilità” che sono quelle che io penso siano giuste.
- “Dai più di tutto te stesso perché te stesso non è sufficiente” secondo i miei canoni che sono quelli giusti.
- “Vai contro te stesso perché te stesso non va bene”.
- “Ubbidisci”.
- “Se non riuscirai a fare quello che riescono a fare i leader sei un perdente”.
- “Devi andare oltre i tuoi limiti e uscire dalla zona di comfort”.
- “La zona di comfort è il male assoluto e starci ti rende una persona ignobile”.
- “Se non ti elevi sopra la media sei uno sfigato”.
- “Per essere figli bisogna sforzarsi e fare certe cose e non altre”.

Non pensi che questi messaggi siano insani se generalizzati a tutti?

Io non solo lo penso, ne ho la certezza.

*Ma è vero che per superare i miei limiti devo usare la forza di volontà e devo uscire dalla mia zona di comfort?*

Questo è ancora più falso. Non è affatto così. Te ne ho dato prova in questo articolo e ti specificherò meglio cosa potremmo fare in alternativa.

### IL CAMBIAMENTO COMODO: EVOLVERE NEL COMFORT

1 Valutare il tuo reale punto di partenza, quello che io chiamo punto zero, è il primo passaggio. Fare semplicemente leva sulla forza di volontà, implica il fatto di saltare un passaggio cruciale per il cambiamento comodo.

Sarebbe come chiedere a un bambino di sei anni di fare la parafrasi della Divina Commedia.

Magari un bambino autistico ad alto funzionamento o superdotato cognitivamente appassionato di letteratura, potrebbe anche riuscirci. Ma sarebbe chiaramente una richiesta spropositata, è evidente.

Non lo sarebbe però per il bambino, che al contrario crederebbe di dover essere in grado di farlo facilmente, dal momento in cui gli viene chiesto.

È chiaramente un esempio esagerato, per farti capire che molte cose che ti inducono a pensare che dovresti essere in grado di fare, solo per il fatto di essere un adulto, sono completamente errate.

Ti faccio un esempio tratto dalla mia esperienza personale.

Quando facevo le medie, durante l'ora di educazione fisica, capitava che al riscaldamento facessimo qualche giro di corsa intorno alla palestra, abbinato a degli esercizi che coinvolgevano braccia e gambe.

Un esercizio in particolare mi metteva tre-



mentamente in difficoltà. Un esercizio veramente banale, per la quasi totalità dei ragazzi ritenuti normali. Io non ero tra quelli, è questo era già un grosso errore. L'esercizio consisteva nel roteare il braccio intorno alla spalla poggiando la mano sulla spalla stessa. Io non riuscivo a poggiare la mano destra sulla spalla destra. L'unico dito a toccare la spalla era (ed è tuttora) il pollice. Io ci provavo, mi sforzavo, ma niente, non riuscivo. Pensavo di fare male l'esercizio, non capivo come mai non riuscissi. Che cosa sbagliavo?

Cercavo di nascondere questa cosa agli altri e all'insegnante per non farmi riprendere e nessuno negli anni mi ha mai detto niente. Ma io mi vergognavo come un cane, con l'angoscia di essere prima o poi scoperto in questa incapacità.

Nessuno mi aveva osservato e nessuno osservandomi aveva colto che avevo una specie di calcificazione all'osso del gomito, che impedisce la corretta rotazione del polso.

L'ho scoperto in età adulta, quando ho cercato di indagare il fenomeno. E non è stato facile, perché mi sono trovato una serie di medici, uno più squalificante dell'altro che prendevano la cosa alla leggera. Squalificanti forse perché nascondevano la loro incompetenza.

In sostanza, nessuno ha valutato il mio reale punto di partenza, con la conseguenza che ho continuato a pensare di dover essere in grado e a sforzarmi di riuscire a fare una cosa per me impossibile, almeno nel modo tradizionale.

### **2** Recuperare e costruire un piacevole senso di sicurezza, di agio e comodità ed espanderlo.

Invece di sforzarti di uscire dalla presunta zona di comfort (perché poi così comoda non è) e lanciarti nell'affrontare a gamba tesa i problemi e le preoccupazioni che ti affliggono, il primo passo è quello di riconnettersi con il proprio senso di agio, focalizzarsi sullo stabilire una relazione con te stesso che metta al centro il rilassamento e il divertimento, sospendendo momentaneamente tutti i pensieri che ti orientano verso la catastrofe del futuro e su tutte le cose che mancano nella tua vita così come le risorse e le capacità che non hai o pensi di non avere.

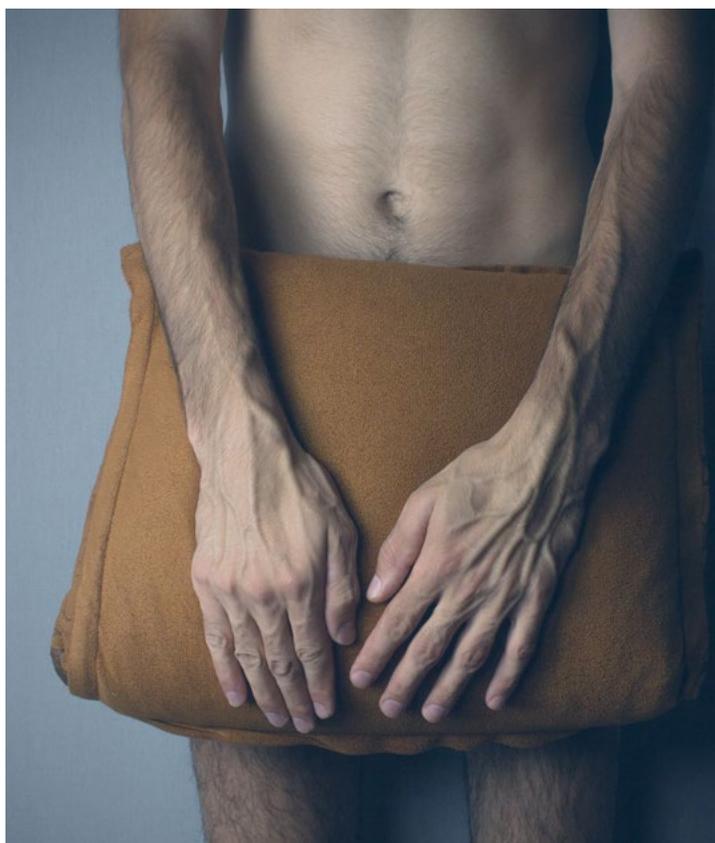
Questo genererà un serbatoio di benessere e ossigeno sempre a tua disposizione, che ti farà sentire al sicuro, protetto, stabile ed equilibrato, permettendo alle tue risorse naturali, rimaste bloccate, di potersi manifestare e liberare spontaneamente.

Quello che farai sarà eliminare e togliere il più possibile l'uso della forza di volontà dalla tua vita, nonché la sua necessità indirizzandoti verso comportamenti, azioni e stati mentali naturalmente orientati alla tua direzione evolutiva.

### **3** Valutare e costruire le tue risorse strategiche che ti permetteranno di affrontare i problemi e le preoccupazioni.

Come ti ho detto, al contrario di quelli che ti fanno parlare, spogliare nudo di tutte le tue debolezze e fragilità come fossi in un confessionale o in un tribunale dell'inquisizione, facendoti sentire in obbligo di tirare fuori i tuoi fantasmi, paure, angosce, dubbi, incertezze e tormenti interiori, il tuo dialogo interno deve avvenire seguendo il tuo ritmo, il tuo tempo ed essendo armati in sicurezza, sempre all'interno della comfort zone, per poter attivare un processo creativo di risoluzione delle problematiche.

In questa parte, le informazioni che raccoglierai saranno utili alla selezione delle risorse su cui lavorare per il potenziamento dei tuoi "muscoletti" emotivi, relazionali e cognitivi.



Per questo vanno riconosciute e rievocate tutte le risorse, abilità, capacità, stati mentali, che ti alleggeriranno dai pesi e faciliteranno l'espressione personale, permettendoti un'apertura in sicurezza totale.

**4** Attivare un processo creativo, divertente e piacevole di problem solving delle situazioni residue e realizzare i tuoi desideri e lo stile di vita più adatto a te, passo passo.

A parte i passi spontanei in questa direzione che avvengono spesso, a questo punto avrai la possibilità di guardare ai problemi che ti angosciavano con entusiasmo, l'entusiasmo di eliminarli e sostituirli con quelli che sono i tuoi desideri ora vissuti come raggiungibili e privi di rischi, attraverso la strategia di muoversi nella tua zona di comfort.

Questi passaggi non hanno un tempo prestabilito, seguirai il tuo ritmo naturale, e possono anche avvicinarsi e alternarsi rapidamente in modo circolare.

**5** Creare alleati e non carnefici.

Ovviamente quando parlo di risorse mi riferisco anche alle risorse esterne materiali e umane (sì, le famose risorse umane che più che valorizzate in questo mondo vengono prosciugate). Questo significa che valutare quali sono i "vampiri emozionali" presenti nella tua vita, che spesso si nascondono tra collaboratori, familiari, dipendenti, clienti e consulenti. Solita-

mente queste figure, anche mosse da buone intenzioni, ti spingono fuori dalla tua zona di comfort, imponendoti i loro standard, le loro visioni, proiettando su di te frustrazioni e mancanze, senza vederti veramente. La relazione descritta nei passi precedenti è quella che andrebbe stabilita con tutte queste figure agendo con la propria leadership personale.

**La zona di comfort è un ottimo posto dove evolvere in tutta tranquillità, senza doverla mai lasciare**

La cosa certa è che, ultra rapido che sia il processo o più lento, il vantaggio di vivere e procedere all'interno della zona di comfort donerà subito un sollievo e un beneficio, alleggerendoti dalle ansie tanto da poter sciogliere da solo le preoccupazioni che ti attanagliavano.



**EMILIO GERBONI**

Psicologo-Psicoterapeuta, Trainer-Coach.  
Direttore della collana BINARIO | Libri x 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.

emiliogerboni@gmail.com



# NOTIZIE BREVI



## CROCI RILEVA CANIFRANCE

Il gruppo Croci, specializzato negli accessori per cani, ha acquistato la società francese Canifrance, ulteriore tappa del processo di internazionalizzazione del gruppo, iniziato nel 2010 con l'acquisto della tedesca Amtra e proseguito nel 2019 con l'apertura di una filiale in Cina. Grazie all'acquisizione di Canifrance e alla crescita delle vendite a livello mondiale (Croci ha chiuso il 2020 con un fatturato di 36 milioni di euro) quest'anno il gruppo varesino prevede di aumentare il giro d'affari a 48 milioni di euro (+33%).

Fondata nel 1946, Canifrance è una storica azienda transalpina del settore animali domestici con un catalogo di circa 4.500 prodotti, specializzata nella produzione di collari e guinzagli di alta qualità per cani e gatti, con il noto marchio *Bobby* e una presenza capillare e consolidata sul mercato francese. L'azienda realizza un fatturato annuo di circa 5 milioni di euro tramite la vendita di oltre 600mila articoli e vanta anche una presenza nei negozi specializzati in Europa, a Hong Kong e negli Emirati Arabi. "L'operazione Canifrance ha un duplice valore strategico - spiega Dario Croci, fondatore dell'omonimo gruppo - da un lato, grazie alla nostra esperienza nel settore, potremo rafforzare la presenza e le vendite del marchio francese sui suoi tradizionali mercati di sbocco. Dall'altro, potremo usare la rete di distribuzione della società transalpina per promuovere e commercializzare i prodotti Croci in Francia".

Info: [www.croci.net](http://www.croci.net)

## EFFEFTE PET FOOD DIVENTA UNITED PETFOOD ITALIA

L'azienda italiana che sviluppa e produce alimenti per cani e gatti dal 1987 e che detiene il 60% del mercato private label italiano, dal 2020 fa parte del Gruppo internazionale United Petfood, specializzato nella produzione di pet food, biscotti e snack per la marca privata. Il Gruppo opera in 14 siti produttivi in sette nazioni: Francia, Polonia, Olanda, Belgio, Spagna, Romania e Italia. "Con il nuovo assetto, United Petfood Italia può garantire maggior competitività e migliore capacità di rispondere alle sempre più complesse esigenze del mercato, soprattutto dal punto di vista dell'innovazione e della capacità di sviluppare nuovi concetti" dichiara Gianmarco Ferrari, CEO dell'azienda. La produzione resta nello stabilimento di Pieve Porto Morone (PV), anche se fare parte del Gruppo United Petfood consentirà di poter contare su un network di 14 stabilimenti in tutta Europa. "Potremo continuare il percorso intrapreso da tempo volto allo sviluppo dei prodotti di fascia alta per i diversi canali di vendita ma soprattutto per il canale specialist" aggiunge Matteo Vestri, Sales Manager Canale Specializzato. "Inoltre, grazie alle nuove sinergie e allo scambio di know-how, l'expertise aziendale risulta fortemente rafforzato, consentendoci di contribuire ulteriormente al successo dei nostri clienti e partner."

Info: [www.unitedpetfood.com](http://www.unitedpetfood.com)  
info@unitedpetfood.it



## NUOVO STORE ZOOMIGUANA A QUARTO

Passeggiando nel nuovo megastore *Zoomiguana* a Quarto (NA), inaugurato il 16 gennaio, si ha la sensazione di essere immersi in un luogo in cui la natura, con le sue rocce, il suo fogliame e i suoi colori unici, incontra l'architettura. I soffitti, ad esempio, lasciano il posto a cieli tersi e grotte rocciose.

*Zoomiguana*, non si presenta come semplice megastore per gli animali, ma offre un'esperienza sensoriale a 360 gradi. Il vero motore è il viscerale amore per gli animali dell'imprenditore Antonello Catania, a cui si aggiungono le persone che ogni giorno con lui si impegnano in questo punto vendita di circa 700 metri quadrati, inaugurato sabato 16 gennaio.

Il negozio di Quarto - il settimo store *Zoomiguana* - ha come focus gli animali e il loro habitat naturale. Nulla è lasciato al caso, comprese le luci: soffuse nell'area acquariologia per esaltare il fascino degli acquari, più accese nell'area volatili per valorizzarne la policromia. Oltre alla presenza di sezioni dedicate a cani e gatti, piccoli mammiferi, rettili, volatili e acquariologia, vi è un'elegante pet boutique e un'area riservata alla toelettatura e dog spa, oltre ai servizi di consulenza tecnica, consegna a domicilio, clinica veterinaria e assistenza domiciliare di acquariologia.

Info: [www.zoomiguana.com](http://www.zoomiguana.com)



## FERPLAST HA ACQUISITO MARCHIORO

Il Gruppo Ferplast, uno dei più grandi produttori di accessori pet, ha rilevato per due milioni di euro - dopo un'asta con oltre 30 partecipanti - tutti i beni della società fallita Marchioro Sas di Marp Srl di Castelnuovo di Isola Vicentina, specializzata in articoli da giardino e per animali domestici. Ferplast ha acquisito anche gli impianti, i macchinari e gli stampi, impegnandosi a investire nello sviluppo della propria base produttiva e diventando così uno dei più grandi produttori di accessori pet in Europa. "È un passaggio strategico di grande importanza", sottolinea l'azienda. L'acquisizione del marchio Marchioro consentirà a Ferplast di ampliare la propria gamma di prodotti di alta qualità. Lo scorso anno Ferplast ha aumentato il proprio fatturato del 12% rispetto al 2019, con l'85% delle vendite realizzato all'estero.

Info: [www.ferplast.com](http://www.ferplast.com)  
info@ferplast.com

# Pet food per “veri lupi”

**Differenzia il tuo pet shop offrendo ai clienti un umido a base di carne e erbe selvatiche, come da habitat del suo progenitore**



È in arrivo in Italia per il canale specializzato un'eccezione in esclusiva. On Site ha avviato una nuova importante partnership, che ha portato l'azienda a diventare importatore e distributore esclusivo del brand super premium *Isegrim*®, dal 2021, ampliando l'offerta di brand e prodotti in modo da dare accesso ai rivenditori a un catalogo esclusivo, sempre con un servizio rapido e preciso.

**on site**

**ON SITE SRLU**  
tel. 0342200070  
[www.onsitepet.com](http://www.onsitepet.com)  
[www.isegrim.it](http://www.isegrim.it)

selvatiche, con la garanzia del grain free per una sana alimentazione;

\* *Isegrim*® *Roots*, in busta da 410 g - un sapore ineguagliabile grazie agli ingredienti naturali, elevato contenuto di carne (70%), verdure ricche di vitamine, oli nutrienti ed erbe selvatiche selezionate, e ovviamente grain free. (M.C.)



## Ingredienti naturali ed erbe selvatiche

Lanciata dall'azienda tedesca LandGuth, protagonista nel segmento wet food per cani e produttrice di alcuni fra i migliori brand europei, la linea *Isegrim*® include alimenti umidi, completi, super premium, a elevato contenuto di carne fresca di alta qualità, combinata con ingredienti genuini e naturali ed erbe selvatiche. Le ricette sono ispirate all'ancestrale dieta del lupo, che sempre seleziona il meglio da ogni habitat per il proprio benessere e per la forza del branco. Entrambe le linee di alimenti umidi super premium sono già disponibili in ogni formato:

\* *Isegrim*® *Wild as Nature*, in lattina da 400 e 800 g - alto contenuto di carne fresca (63%), verdure, frutta, oli di alta qualità ed erbe

## PET FOOD FOR “REAL WOLVES”

Make the difference with your shop: the wet food with meat and wild herbs, just like the habitat of dogs' ancestors

An exclusive excellence for the Italian specialist channel. On Site started a new and important partnership: since 2021 it is the exclusive importer and distributor of *Isegrim*® super premium brand. The company broadened the range of brand and products ensuring an exclusive catalogue with quick and precise service.

### NATURAL INGREDIENTS AND WILD HERBS

*Isegrim*® was launched by German company LandGuth, star in the segment of wet pet food and manufacturer of the best European brands. The line includes complete, super premium wet food with elevated percentage of high-quality fresh meat, combined with genuine and natural ingredients with wild herbs. The recipes are inspired to the ancestral diet of wolves: they always select the best for their well-being and for the strength of the pack. Both lines of wet super-premium food are already available in various sizes:

\* *Isegrim*® *Wild as Nature*, in 400 and 800g cans - high percentage of fresh meat (63%), vegetables, fruit, high-quality oils and wild herbs. Grain free guarantee for a healthy nutrition;

\* *Isegrim*® *Roots*, in 410g pouch - unique taste thanks to natural ingredients, elevated meat percentage (70%), vegetables rich in vitamins, nourishing oils and selected wild herbs. They are also grain free.

# Sei salviette da premiare

**Insignite del Quality Award 2021, indice di soddisfazione dei consumatori, ecco le migliori referenze per i clienti più esigenti**



Qualità? Ai massimi livelli. Davvero da premiare! Ed ecco quindi che la linea di *Salviette Farm Company* made in Italy è stata premiata con il Quality Award 2021 per qualità e soddisfazione dei consumatori nel segmento igiene e detergenza.

Detergenti, rinfrescanti e profumate, sono un prodotto da consigliare ai tuoi clienti in molteplici occasioni, per la casa quanto per i viaggi e la loro formula delicata senza parabeni le rende ideali per cani, gatti e cuccioli. Per un layout accattivante, Farm Company ha realizzato un coloratissimo display da terra in cartone riciclabile, perfetto per promuovere ed esaltare al meglio le qualità del prodotto e le sue varianti.



La linea si compone di sei referenze, disponibili in confezioni da 40 strappi con chiusura salva-freschezza e di una referenza in formato pocket da 15 strappi, perfetta anche per la detersione e pulizia di occhi e orecchie, presentata in un pratico espositore da banco da 24 pezzi.

## Le sei variazioni (vincenti) sul tema

Ecco tutti i dettagli sulle formulazioni vincitrici del Quality Award 2021.

- *Salviette con Olio Biologico di Albicocca e profumo di Papaya*: l'olio di albicocca, estratto dalla spremitura a freddo dei noccioli ha un effetto calmante sulla pelle infiammata,

FARM COMPANY

FARM COMPANY SRL  
www.farmcompany.it  
info@farmcompany.it



svolge un'azione protettiva sulla pelle delicata, favorisce l'elasticità della cute e rende più lucido e morbido il pelo;

- *Salviette con Estratto Biologico di Arancia e profumo di Orchidea*: l'arancia è ricca di vitamina C, antiossidante che combatte i danni della pelle, ne migliora la struttura generale e svolge un ruolo fondamentale nella formazione del collagene. L'acido folico e il potassio presenti nell'arancia, sono ottimi per la salute del pelo;

- *Salviette con Olio Biologico di Jojoba e profumo di Malva*: l'olio di jojoba ha forti proprietà idratanti ed è ricco di vitamine che conferiscono stabilità e maggiore resistenza all'ossidazione. È un ottimo emolliente cutaneo e ha un'elevata capacità di penetrare negli strati della pelle, rendendo più forte e lucido il pelo;

- *Salviette con Estratto Aloe Vera e profumazione al Talco*: l'estratto naturale di aloe vera è conosciuto per le sue proprietà cicatrizzanti, lenitive e idratanti; protegge il pelo rendendolo sano, vitale e profumato grazie a una delicata profumazione al talco;

- *Salviette con Olio di Argan e profumo di Bergamotto*: l'olio di argan favorisce l'elasticità





della cute, previene le infiammazioni e ammorbidisce i cuscinetti delle zampe, oltre a rinforzare il pelo donandogli brillantezza;

- *Salviette con Clorexidina e profumo di Muschio Bianco*: la clorexidina svolge un'azione igienizzante a lunga durata in grado di combattere diversi tipi di batteri;
- *Salviette pocket con Estratto di Hamamelis e profumo di Camelia*: le proprietà purificanti e lenitive dell'estratto di Hamamelis e la delicata formula senz'alcol sono progettate per la detersione e l'igienizzazione di occhi e orecchie. (A.C.)

### SIX WINNING WIPES

Quality Award 2021, assessing customer satisfaction: here are the best products for demanding customers

The best quality deserves an award! That is why made-in-Italy *Farm Company Wipes* line received Quality Award 2021, assessing the quality and satisfaction of customers in the hygiene and cleaning segment. Cleansing, refreshing and scented, the perfect product you can recommend to your customers on many occasions, both at home or outdoors: their gentle formula without parabens makes them suited for cats, dogs and young pets.

Farm Company developed a colourful floor display made of recyclable cardboard, to ensure an attractive layout promoting and enhancing the quality and variety of the product.

The line includes six products, available in 40-wipe pouches with freshness preserving seal and a 15-wipe pocket size, suited for eyes and ears as well. Wipes come in a handy 24-piece display

#### THE SIX WINNING FORMULAS

Here are the formulas awarded with Quality Award 2021.

- *Wipes with Organic Apricot Oil and Papaya scent*: cold-pressed apricot oil has a soothing effect on irritated skin and a protective effect on delicate skin. Moreover, it supports skin elasticity and a shiny fur.
- *Wipes with Organic Orange Extract and Orchid scent*: orange is rich in vitamin C. The antioxidating ingredients fights skin damages, improves its structure and it is fundamental in collagen creation. Folic acid and potassium contained in orange are also excellent for the health of fur.
- *Wipes with Organic Jojoba Oil and Mallow scent*: jojoba oil is extra moisturizing and it is rich in oxidation-resistant vitamins. It is an excellent skin emollient and has a deep skin penetration, making fur stronger and shiny.
- *Wipes with Aloe Vera Extract and Talc scent*: aloe vera has healing, soothing and moisturizing properties. It protects the fur, ensuring health and vitality; it takes care of the skin thanks to a gentle talc scent.
- *Wipes with Argan Oil and Bergamot Scent*: argan oil supports skin elasticity, prevents inflammations and softens the paw pads. Moreover, it strengthens the fur and makes it shiny.
- *Wipes with Chlorhexidine and White Musk scent*: chlorhexidine has a long-lasting sanitizing effect against several bacteria.
- *Pocket Wipes with Hamamelis Extract and Camelia scent*: the purifying and soothing effect of hamamelis extract, combined with an alcohol-free formula, are suited to clean and sanitize ears and eyes.



UNA SCELTA NATURALE  
PER I NOSTRI 4 ZAMPE



FARM COMPANY GREEN

SCOPRI I NOSTRI  
PRODOTTI SU

[www.farmcompany.it](http://www.farmcompany.it)

f FarmCompanyBiella

CONTATTACI PER CREARE  
IL TUO GREEN CORNER



# I magnifici sette del pet

**Assegnati i *Quality Award* 2021 per il mercato pet a sette aziende che hanno meritato l'ambito riconoscimento**

È ormai chiaro dopo sei edizioni del premio, che il logo *Quality Award* sulle confezioni del proprio prodotto rappresenta una vantaggiosa leva di marketing per aumentare le performance di vendita.

Il motivo è presto detto. *Quality Award* è l'unico riconoscimento italiano attribuito attraverso il giudizio dei consumatori: sono loro stessi a decretare quali sono le aziende più impegnate sul fronte della qualità.

## Dai consumatori per i consumatori

Nell'ambito del mercato pet, sono sette le aziende che hanno ottenuto quest'anno il riconoscimento.

- Cibo umido medicale per cani e gatti *PetBalance Medica*, in esclusiva da Maxi Zoo.
- Mister Pet con i croccantini grain free per cani *Primordial* e i croccantini low grain per cani *Vivere*.
- Monge con i croccantini e il cibo umido per cani e gatti, e la lettiera 100% vegetale al mais per gatti *Easy Green*.



PET AWARD è un marchio di proprietà di:  
**MARKETING CONSULTING**  
 tel. 3491326697  
[www.premioqualityaward.it](http://www.premioqualityaward.it),  
[antonio.decaro@consumertest.it](mailto:antonio.decaro@consumertest.it)



- Trixie con i giochi di strategia per cani e gatti, tiragraffi e casa in 3D per gatti, scaletta per cani.
- Visan con i croccantini single protein per cani *Amanova*.
- Pasticceria per cani *DoggyeBag*.
- Farm Company con salviette igienizzanti per cani e gatti e gli snack per cani.





Con l'edizione 2021 il premio si è riconfermato come primo in Italia per numero di prodotti testati e premiati per la loro qualità, fra grandi marchi evergreen, novità di mercato e prodotti in linea con le ultime tendenze di consumo: 39 aziende in oltre 60 differenti categorie merceologiche, dal food al no food e al pet.

### Campagna di qualità anche durante il lockdown

“Siamo finalmente giunti al *Quality Award 2021*, dopo un anno complicatissimo per il Paese e anche per il nostro lavoro, che da sempre prevede test di performance direttamente con i consumatori” afferma Antonio Decaro, Responsabile Marketing Premio *Quality Award*. “Solitamente i nostri test si svolgono in central location, presso i laboratori partner; causa Covid-19, durante il 2020 abbiamo eseguito parecchi test anche in modalità home use test, laddove possibile, inviando i campioni in blind direttamente a casa dei consumatori reclutati. Un lavoro lungo, impegnativo, soprattutto a fronte dell'alto numero di test che siamo chiamati a svolgere.

Nonostante queste difficoltà, siamo orgogliosi di presentare i nuovi premiati *Quality Award 2021*, che saranno da noi supportati durante tutto quest'anno con forti azioni di comunicazione rivolte al trade e al consumatore. Un grande successo, che conferma che la strada è quella giusta; ed è per questo che siamo già proiettati verso la nuova campagna di qualità 2022”.

### Mettere al centro il consumatore

*Quality Award* – logo di proprietà di Marketing Consulting – non è solo un premio alla qualità, ma è anche un modo per indagare i bisogni dei consumatori e poterne prevedere le scelte. Attraverso una vera e propria scienza, l'analisi sensoriale, le industrie possono meglio comprendere i bisogni dei consumatori in target, come viene percepito il profilo del prodotto anche rispetto ai competitor; l'appeal del pack, la forza della marca, l'elasticità al prezzo, tutto per migliorare e rendere più efficiente il processo decisionale, lo sviluppo del prodotto e le azioni di marketing a supporto.





### Come viene assegnato il premio

Il *Quality Award* è attribuito attraverso rigorosi test di performance condotti da Marketing Consulting, in collaborazione con laboratori indipendenti su tutto il territorio italiano, ed è l'unico premio in Italia che coinvolge ben 300 consumatori italiani heavy user la tipologia di prodotto in test in un'esperienza di valutazione diretta. I test di performance sono effettuati con un campione di consumatori che valutano il prodotto attraverso un blind test: senza che sia mostrata loro la marca di appartenenza, ciascun consumatore esprime un giudizio di soddisfazione da 0 a 10. I consumatori sono reclutati da laboratori indipendenti, specializzati in consumer analysis, con l'obiettivo di rappresentare tutte quelle persone che un domani potrebbero acquistare la tipologia di prodotto.

### Gradimento al top

Il prodotto in test ottiene il riconoscimento *Quality Award* per un intero anno solo se il gradimento complessivo medio dei consumatori



è pari o superiore a 7 (scala da 0 a 10) e almeno il 70% dei consumatori si dichiara favorevole all'acquisto (condizioni necessarie). Qualora in test dovessero esserci due o più prodotti all'interno della stessa categoria merceologica, il riconoscimento *Quality Award* viene conferito al prodotto che otterrà il gradimento complessivo maggiore rispetto ai partecipanti competitor (valutazione che dovrà comunque sempre rispettare le condizioni necessarie).

### Confronto a più ampio livello

Grazie alla collaborazione con Nielsen, Marketing Consulting offre già da qualche anno ai propri clienti la possibilità di confrontare il proprio livello di qualità attribuito dai consumatori con un benchmark medio di categoria, costruito testando le referenze più vendute a totale Italia (il primo 30% a volume; elenco referenze e definizione di categoria: fonte Nielsen).

In questo modo, alle aziende partecipanti al premio è data la possibilità non solo di raccontare al mercato che il proprio prodotto ha raggiunto gli alti requisiti di qualità richiesti dal *Quality Award*, ma che questa è anche più alta del livello medio delle referenze più vendute in Italia. (D.F.)





# QUALITY AWARD

La qualità premiata dai consumatori e dai loro amici a 4 zampe!



**MONGE**  
La famiglia italiana del pet food

PETBALANCE  
**MEDICA**  
VETERINARY DIET



MISTERPET



FARM COMPANY



Amanovà  
natural & tasty



la Pasticceria  
Doggye Bag  
Dolci artigianali per cani

## I PREMIATI DI QUALITÀ Edizione 2021

**Monge** con i croccantini e il cibo umido per cani e gatti, e la lettiera 100% vegetale al mais per gatti Easy Green | Cibo umido medicale per cani e gatti PetBalance Medica, in esclusiva da **Maxi Zoo** | **Trixie** con i giochi di strategia per cani e gatti, tiragraffi e casa in 3D per gatti, scaletta per cani | **Mister Pet** con i croccantini grain free per cani Primordial e i croccantini low grain per cani Vivere | **Farm Company** con salviette igienizzanti per cani e gatti; snack per cani | **Visan** con i croccantini monoproteici per cani Amanovà | Pasticceria per cani **Doggye Bag**.

# Schesir torna in TV

Importante investimento in comunicazione con *Schesir Natural Selection*, per supportarti nell'acquistare clienti



Naturalità, benessere specifico, appetibilità e gusto, attenzione per l'ambiente: se dovessimo chiederti, in qualità di negoziante, quali sono le caratteristiche che i consumatori ricercano in un pet food quando si rivolgono al canale specializzato, sicuramente avremo una risposta che si può sintetizzare con queste quattro espressioni: sono i plus di *Schesir Natural Selection*, la linea di Agras Pet Foods che rappresenta la naturale risposta in grado di soddisfare le richieste del mercato.



**AGRAS PET FOODS**  
[www.schesir.com](http://www.schesir.com)  
[naturalselection.schesir.com](http://naturalselection.schesir.com)  
[contact@agraspetfoods.com](mailto:contact@agraspetfoods.com)



Analizziamo una per una queste esigenze e la risposta che dà *Schesir Natural Selection*.

- **Naturalità:** guardando i dati degli ultimi 5 anni, si conferma il driver di crescita della categoria, con i proprietari sempre più attenti

## Schesir Dry Natural Selection

TAGLIA / ETÀ	INGREDIENTI NATURALI E BENEFICI	VARIETÀ DISPONIBILI	STILE NUTRIZIONALE	FORMATI
<b>DOG</b>				
PUPPY / ALL BREEDS	<b>MIX PAPPA REALE E NUCLEOTIDI</b> Per il sistema immunitario	Tacchino		490 g, 2.24 kg
PUPPY / ALL BREEDS		Agnello		490 g, 2.24 kg
ADULT / SMALL & TOY	<b>FIBRA DI MELA</b> Per la digestione	Tacchino		490 g, 2.24 kg, 4.5 kg
ADULT / SMALL & TOY		YUCCA Per controllo odori	Manzo	
ADULT / MEDIUM & LARGE	<b>ARTIGLIO DEL DIAVOLO</b> Per le articolazioni	Tacchino		2.24 kg, 9.6 kg
ADULT / MEDIUM & LARGE		Tonno	Agnello	
<b>CAT</b>				
KITTEN / ALL BREEDS	<b>MIX PAPPA REALE E NUCLEOTIDI</b> Per il sistema immunitario	Tacchino		350 g, 1.4 kg
KITTEN / ALL BREEDS		Anatra		350 g, 1.4 kg
ADULT / DELICATE	<b>MIRTILLO</b> Per il benessere delle vie urinarie	Pollo		350 g, 1.4 kg, 4.5 kg
ADULT / DELICATE		Manzo		350 g, 1.4 kg, 4.5 kg
ADULT / STERILIZED	<b>FIBRA DI PISELLO</b> Per il mantenimento del peso	Tacchino		350 g, 1.4 kg, 4.5 kg
ADULT / STERILIZED		Tonno	Anatra	



nella scelta del prodotto naturale che soddisfi le esigenze del proprio pet\*. Ognuna delle nuove ricette *Schesir Natural Selection* contiene ingredienti naturali ed è priva di coloranti e conservanti artificiali aggiunti.

- **Benessere specifico:** ogni ingrediente naturale è mirato alle esigenze specifiche del pet.
- **Appetibilità e gusto:** quattro cani/gatti su cinque lo hanno preferito rispetto al loro alimento abituale\*\* come indica il test eseguito su 400 gatti e 450 cani small.
- **Attenzione all'ambiente:** una gamma con packaging 100% riciclabile, che fa del bene al pianeta.

Con *Natural Selection*, *Schesir* è protagonista di un ampio piano di comunicazione, che include il ritorno del brand in TV durante questo mese, sulle principali reti nazionali, con un nuovo spot che ha per protagonista proprio la nuova linea, importante segnale di come l'azienda intenda investire e coadiuvare il trade in una strategia di successo.

Non mancherà poi la comunicazione in sinergia, sia su stampa che attraverso i canali digitali, che consentiranno di diffondere approfondimenti sulla gamma.



### Dalla natura, secco e umido

Agras Pet Foods si guadagna ogni giorno la fiducia dei proprietari pet e dei negozianti specializzati, operando in modo onesto e impegnandosi a lavorare per un miglioramento continuo, nella massima trasparenza verso il consumatore.

Le ricette *Dry Natural Selection* sono:

- il frutto di un'attenta osservazione della natura, che ha portato alla selezione di specifici ingredienti naturali funzionali, pensati per il benessere di ciascun cane/gatto;
- prodotte in uno stabilimento all'avanguardia di proprietà dell'azienda, sito in Italia, nel prestigioso territorio delle Langhe;
- tutte approvate dal punto di vista nutrizionale dal Dipartimento di Scienze Mediche Veterinarie – Alma Mater Studiorum Università di Bologna.



Le proteine animali sono sempre il primo ingrediente e ogni alimento è arricchito con ingredienti naturali specifici, a seconda delle esigenze e dell'età, taglia o stile di vita. La gamma offre inoltre diversi stili nutrizionali (no grain formula o single whole animal protein formula, oltre a ricette gluten free per i cuccioli), con un'ampia proposta di varietà e formati.

Inoltre, ben sapendo quanto sia importante per i pet assumere anche prodotti umidi, Agras Pet Foods propone di associare alle crocchette un alimento umido e ha creato *Natural Selection Wet* per cani di piccola taglia, la linea che include nelle ricette mela ed erbe provenzali ed è formulata con gli stessi principi delle crocchette.

### Schesir supporta il negoziante anche sul punto vendita

*Schesir Natural Selection* è supportato da un piano di marketing e da diversi strumenti e promozioni sul punto vendita:

\* per incentivare dapprima la prova, attraverso il multipack *Trial* che propone un'offerta



vantaggiosa sulle confezioni di umido naturale e include il sample assaggio del nuovo Dry;

\* e successivamente per stimolare l'acquisto, con gadget brandizzati molto richiesti (bidoni contenitori di croccantini o tovagliette sotto-ciotola);

\* e infine la fidelizzazione, mediante il multipack *Weekly* che offre in un unico formato la razione settimanale di alimentazione combinata secco+umido. (C.G.)



\*Fonte: <https://www.agro-media.fr/analyse/petfood-les-nouvelles-tendances-au-coeur-dun-marche-dynamique-mais-complexe-34758.html> (Dre Susan Zynn DMV, CVA, CVCH, DACVN), vétérinaire agréée nutritionniste chez BluePearl Veterinary Partners)

\*\*Fonte: Il prodotto è stato testato da 400 gatti e 450 cani small i cui proprietari si sono iscritti al VIP Club di Schesir e hanno scelto di partecipare al test di prodotto

## SCHESIR GOES BACK ON TV

Important communication investment with *Schesir Natural Selection*, to help you gain new customers

Naturalness, specific well-being, palatability and flavour, attention to environment: these are the four features customers pay attention to as far as pet food in the specialist channel is concerned. They are also the plus features of *Schesir Natural Selection*, Agras Pet Foods line that embodies the natural solution to the demand of the market.

Let's see the needs one by one, together with *Schesir Natural Selection* solution:

- **Naturalness:** pet owners are increasingly attentive to naturalness, which is the growth driver of the segment according to the figures of the past 5 years\*. Each new recipe of *Schesir Natural Selection* contains natural ingredients and it is free from artificial added colouring or preserving agents;
- **Specific well-being:** each natural ingredient is specifically developed for the specific needs of pets.
- **Palatability and taste:** four cats/dogs out of five chose this product over their traditional meal\*\*, as assessed by the test carried out on 400 cats and 450 small dogs;
- **Respect for the environment:** 100% recyclable packaging, which is good for the planet;

With *Natural Selection*, *Schesir* is part of a broad communication plan, which includes the brand's return on TV on the main national TV channels this month. The commercial stars the new line: the company supports and invests on trade with a successful strategy.

The advertising strategy also features combined communication, both on press and on digital channels, which will help convey in-depth information on the range.

### WET AND DRY FROM NATURE

Agras Pet Foods gains the trust of pet owners and retailers everyday, thanks to honourable work and to constant improvement, with the utmost transparency towards customers.

*Dry Natural Selection* recipes are:

- the result of deep respect and attentive observation of nature, which led to the selection of specific natural functional ingredients dedicated to the well-being of cats/dogs;
- manufactured in a plant with cutting-edge technology, located in Italian Langhe area;
- their formula has been nutritionally approved by the Department of Veterinary Medicine - Alma Mater Studiorum Bologna University.

Animal proteins are always the first ingredient and each product is supplemented with specific natural ingredients, according to age, style or size of pets. Moreover, the range offers different nutritional styles (no grain formula or single whole animal protein formula, besides gluten free recipes for puppies), with a broad offer in terms of flavours and sizes.

Agras Pet Food is aware of the importance of wet food for pets. That is why the company offers kibble-matching wet food, *Natural Selection Wet* for small pets, the line of products with apple and Herbes de Provence featuring the same principles of the dry range.

### SCHESIR SUPPORTS RETAILERS

*Schesir Natural Selection* is supported by a complete marketing plan and different tools and promotions in shops:

- \* the first step is to promote product test through multipack *Trial*: it offers a profitable offer on natural wet food and includes a product sample and a voucher to purchase new dry *Schesir Natural Selection*;
- \* the next step is to stimulate purchase through popular branded novelties (kibble storage containers or bowl mats);
- \* third step is customer loyalty through *Weekly* multipack, which contains the *weekly* combined ratio of dry+wet food.

\*Source: <https://www.agro-media.fr/analyse/petfood-les-nouvelles-tendances-au-coeur-dun-marche-dynamique-mais-complexe-34758.html> (Dre Susan Zynn DMV, CVA, CVCH, DACVN), vétérinaire agréée nutritionniste chez BluePearl Veterinary Partners)

\*\*Source: Product tested by 400 cats and 450 small dogs, whose owners joined Schesir VIP Club and chose to take part in the product test.



# L'igiene inizia dalle zampe

**Mai come oggi, l'igienizzazione delle zampe al rientro dalla passeggiata è un rito quotidiano utile da suggerire ai clienti**



Se il cliente chiede qual è il primo gesto da compiere dopo la passeggiata, è facile rispondere! Igienizzare le zampe del cane. Igiene e sanificazione sono temi sempre più importanti nella convivenza tra noi e i nostri pet, soprattutto nel momento storico attuale.

Per questo Camon, da sempre attenta alle necessità dei proprietari di pet e alle esigenze del mercato, ha studiato e realizzato il nuovo *Spray Igienizzante di Orme Naturali* nel pratico flacone da 100 ml, un'innovativa soluzione naturale per i cani, in particolare per quelli abituati a frequenti uscite.

Basta spruzzare il prodotto sulle zampe e lasciare agire alcuni secondi, assorbendo l'eventuale eccesso con un panno morbido e asciutto.



## Tre oli essenziali

Come igienizzare in sicurezza le zampe entrate in contatto con superfici sporche, senza incorrere in possibili intossicazioni per abuso di lozioni e gel alcolici?

Il nuovo *Spray Igienizzante* di Camon è la risposta grazie alle proprietà naturali di tre oli essenziali, forti di principi attivi potenti ed efficaci:

**CAMON**  
We love pets

**CAMON SPA**  
tel. 0456608511  
[www.camon.it](http://www.camon.it)  
[camon@camon.it](mailto:camon@camon.it)



- l'olio essenziale di palmarosa è sempre più utilizzato dall'industria alimentare e cosmetica per le sue proprietà antiossidanti, idratanti, igienizzanti e purificanti;
- l'olio essenziale di timo è stato studiato e testato per le sue proprietà sanificanti ed è impiegato in preparazioni cosmetiche prive di alcol;
- l'olio essenziale di eucalipto annovera proprietà balsamiche, purificanti, lenitive e rinfrescanti, completando così l'azione dei due oli precedenti. (A.L.)

## HYGIENE STARTS WITH PAWS

Recommending to sanitize paws after walks has never been more useful

What is the first thing to do after walks? Easy!

Sanitize pet paws. Hygiene and sanitization are increasingly important issues related to pets' cohabitation, especially nowadays.

That is why Camon, which is always attentive to the needs of pet owners and of the market, developed the new Sanitizing Spray by Orme Naturali in handy 100ml bottle. It is the innovative natural solution for dogs, especially if they are used to frequent walks.

Just spray the product on paws and leave it on for a few second; then, remove exceeding product quantity with a soft and dry wipe.

### THREE ESSENTIAL OILS

How can we sanitize paws safely, avoiding any potential poisoning related to overdose of lotions and alcohol products?

The new Sanitizing Spray by Camon, thanks to three essential oil with powerful and effective active principles:

- palmarosa essential oil is increasingly used in the food and beauty market thanks to its antioxidating, moisturizing, sanitizing and purifying effect;
- thyme essential oil has been studied and tested because of its sanitizing effect. It is used in alcohol-free beauty products;
- eucalyptus has a balsamic, purifying, soothing and refreshing effect. It completes the effects of palmarosa and thyme oils.

# Una garanzia per l'equilibrio del cane

L'equilibrio di mente e corpo del pet è al centro dei pensieri del tuo cliente, offrigli certezze col metodo olistico *Winner Plus*



Si fa un gran parlare di “prodotti olistici”. Ma quando il cliente chiede informazioni, sappiamo veramente di cosa si tratta?

Iniziamo dall'etimologia della parola. Il termine “olistico” deriva dal vocabolo greco ὅλος il cui significato indica “la totalità”. Scopo della medicina olistica è il raggiungimento di un benessere globale e totale dell'organismo: un corretto equilibrio psicofisico che si ottiene intervenendo in maniera mirata su ogni sintomo del malessere, che viene curato in modo naturale fino alla sua scomparsa, senza forzature.

Per questo motivo l'approccio olistico interviene su ciascuna funzione dell'organismo con un'azione sinergica e al contempo individuale, ripristinando correttamente ogni attività e ricostruendo il corretto equilibrio di cui il corpo necessita per vivere in salute.



Grazie all'approccio “olistico” all'alimentazione del cane, la ricerca *Winner Plus* ha sviluppato una gamma di alimenti naturali innovativi, altamente assimilabili e di facile digeribilità.



**WINNER PLUS PET FOOD SRL**  
tel. 0690375587  
[www.winnerplus.eu](http://www.winnerplus.eu)  
[info@winnerplus.eu](mailto:info@winnerplus.eu)



Tutti gli alimenti *Winner Plus holistic* vengono preparati nel rispetto della filosofia del “Nutrire secondo natura” e ciascun ingrediente viene selezionato per intervenire in maniera specifica su ogni singola funzione dell'organismo, poiché il buono stato di tutte le attività garantisce il benessere e la vitalità del cane nella sua “totalità”.

## Quali sono i vantaggi di *Winner Plus holistic*?

- Ingredienti di prima scelta, 100% naturali, selezionati e controllati con gli stessi standard utilizzati per l'uomo, correttamente bilanciati nel rispetto del fabbisogno quotidiano.
- Alimento naturale arricchito con erbe officinali (calendula, finocchio, camomilla, menta, prezzemolo, semi di fieno greco, radice di cicoria, radice di liquirizia, carruba) e frutti rossi (rosa canina, mirtillo, lampone, aronia), con un effetto anti-invecchiamento e antinfiammatorio.
- Alimento sano, preparato con ingredienti ricchi di principi attivi come gli antiossidanti, indispensabili per la difesa delle cellule e il buon funzionamento del metabolismo.
- Massima tolleranza, poiché sono assenti soia, frumento, uova, latticini e altri ingredienti fonte di allergeni, aromi, coloranti o sapori artificiali.



- Stimola la flora batterica buona, inibendo la crescita di quella negativa.
- Favorisce il sistema immunitario migliorandone l'attività.
- Alimento all'avanguardia, studiato e preparato impiegando le tecnologie più avanzate, in modo che l'organismo del cane si predispona naturalmente per evitare le condizioni di malessere.

### La gamma Winner Plus holistic

Gli alimenti soddisfano le particolari esigenze alimentari del cane in ogni fase della sua vita e sono ideali per il mantenimento o come alimento "curativo" contro i sintomi del malessere.



- *Winner Plus Puppy Junior holistic* con carne fresca di anatra è ideale per i cuccioli in ogni fase della crescita e per cani giovani con esigenze intestinali più complesse.
- *Winner Plus Adult holistic* con pollo, agnello e riso è un'alimentazione completa ideale per le particolari esigenze dei cani sensibili in qualsiasi fase della vita. Ideale per cani sportivi e/o attivi.
- *Winner Plus Salmon & Potato holistic* è un alimento completo, moncarboidrato, monoproteico, senza carne, indicato per quei cani che prediligono una nutrizione a base di pesce.
- *Winner Plus Lamb & Potato holistic* con agnello e patate, moncarboidrato, monoproteico, studiato per cani sensibili di tutte le età.
- *Winner Plus Duck & Potato holistic* piace per il suo gusto all'anatra ed è un alimento completo, moncarboidrato, monoproteico, concepito per i cani in qualsiasi fase della loro vita. (S.A.)

## GUARANTEE FOR DOG BALANCE

Customers focus on the balance of pet's body and mind: suggest a guaranteed solution with Winner Plus holistic method

Much has been said on "holistic products". Should customers ask information about them, do we really know what they are?

The word "holistic" comes from Greek ὅλος, which means "entirety". Holistic medicine aims at reaching the global well-being of the organism. The correct psychophysical balance is ensured by specific operations on each symptom, which is naturally treated until it disappears without forcing.

The holistic approach operates on each functionality of the organism, with both a synergetic and individual effect, by restoring the correct balance the body needs to be healthy.

Thanks to the "holistic" approach to dog nutrition, *Winner Plus* research developed a range of innovative natural food, extremely digestible and easy to absorb.

All *Winner Plus holistic* products respect the philosophy "feeding according to nature". Each ingredient is selected for its specific effect on the organism functionalities: the health of all functionalities ensures dogs' "global" well-being and vitality.

#### WHAT ARE THE ADVANTAGES OF WINNER PLUS HOLISTIC?

- First-choice ingredients, 100% natural, selected and controlled with human-grade standards. They are correctly balanced according to pets' daily nutritional needs.
- Natural product supplemented with herbs (marigold, fennel, camomile, mint, parsley, Greek hay seeds, chicory root, liquorice root, carob) and red fruits (dog rose, cranberry, raspberry, aronia), with anti-ageing and anti-inflammatory effect.
- Healthy products, with ingredients rich in active principles such

as antioxidants, which are essential for cell defence and for the correct metabolism.

- Utmost tolerability, because it is free from soy, wheat, eggs, dairy products and other allergens or artificial flavouring and colouring agents.
- Stimulation of good bacterial flora, avoiding the growth of the bad bacterial flora.
- Support of the immune system and its functionality.
- Food studied and developed according to the most modern technology and needs. The organism of dogs will be naturally ready to avoid ill-being conditions

#### THE RANGE WINNER PLUS HOLISTIC

The products comply with dogs' specific needs during their life. They are suited as maintenance or "treatment" food against ill-being symptoms.

- *Winner Plus Puppy Junior holistic* with fresh duck, suited for puppies and for young dogs with specific intestinal needs.
- *Winner Plus Adult holistic* with chicken, lamb and rice. It is the complete nutrition dedicated to the specific needs of sensitive dogs throughout their life. Also suited for sporty and/or active dogs.
- *Winner Plus Salmon & Potato holistic* is the complete, single-carbohydrate and single-protein food without meat, suited for dogs that love fish.
- *Winner Plus Lamb & Potato holistic* is the single-carbohydrate and single-protein food suited for sensitive dogs of all ages.
- *Winner Plus Duck & Potato holistic* is the complete, single-carbohydrate and single-protein food for dogs of all ages.



# Offri ai conigli il lusso della scelta

**Due linee per modulare l'assortimento cibo per il cliente con coniglietto, che sia esigente in qualità o più attento al prezzo**



Il settore dei coniglietti rappresenta uno dei trend in maggiore crescita e anche i proprietari dei piccoli mammiferi hanno acquisito negli ultimi anni, una forte consapevolezza, che manifestano attraverso un'attenzione sempre maggiore a qualità e salubrità degli alimenti. Tutto questo fa parte del cambiamento e *Pinny Pet*, marchio prodotto e distribuito da Pineta Zootecnici, risponde con un'offerta sempre più articolata per i diversi target di clientela e con differenti linee di prodotto: la linea *Wild* per i clienti più esigenti in termini di qualità e la *Premium* destinata a chi cerca un alimento formulato con ingredienti attentamente selezionati e un ottimo rapporto qualità/prezzo. Tutte le referenze sono confezionate in attraenti e moderni packaging in atmosfera protettiva che offrono informazioni dettagliate ed esaustive. Il pet shop può così modulare l'assortimento in base alle richieste dei proprietari pet e raggiungere ottimi volumi di vendita, con interessanti profitti.

## Ingredienti naturali, effetti benefici

La linea *Wild*, che comprende alimenti completi e snack, rappresenta un nuovo concetto di alimentazione basato sull'impiego di ingredienti 100% naturali selezionati in base ai loro effetti benefici, senza OGM, aggiunta di coloranti, conservanti o altri additivi.

*Rabbit Herbs* e *Rabbit Relax* sono alimenti completi destinati ai conigli nani adulti, con pellet di fieno alpino di primo taglio ed erba medica che garantiscono un'alta percentuale di fibra lunga (intorno al 25%) necessaria per la corretta abrasione dei denti e per una corretta motilità intestinale.

*Rabbit Herbs* è arricchito con fiordaliso (*Cen-*



**PINETA ZOOTECNICI SAS**  
tel./fax 0522553616  
[www.pinnypet.com](http://www.pinnypet.com)  
[info@pinetazootecnici.com](mailto:info@pinetazootecnici.com)



*taurea nigra*) a effetto energizzante, depurativo e stimolante; trifoglio (*Trifolium pratense*) ad azione antiossidante, tonica e disintossicante; carota (*Daucus carota*) che apporta importanti vitamine e minerali.



*Rabbit Relax* si avvale dei benefici di camomilla (*Matricaria chamomilla*) a effetto rilassante, foglie di tarassaco (*Taraxacum officinale*) ad azione depurativa e disintossicante e fiori di calendula (*Calendula officinalis*) noti per l'azione antinfiammatoria.

## Uno spuntino di fiori ed erbe

La gamma *Wild* comprende anche 9 sfiziosi snack naturali da utilizzare come sana ricompensa o come ingrediente supplementare per arricchire la dieta. Quattro semplici golosità (banana a rondelle, rosa canina





in bacche, lamponi disidratati e carota a fette) e cinque gustosi mix: *Veggie Surprise* (mix di carote, barbabietola e piselli) apporta vitamine, minerali e proteine vegetali;

*Flower Party* (con carota e calendula) offre vitamine e antiossidanti; *Orange Dream* (con buccia d'arancia, rosa canina ed erba medica) fornisce una dose supplementare di vitamina C e fibre lunghe; *Sweetie Blossom* (a base di camomilla e fiordaliso) dona una rilassante

coccola floreale; *Rustic Flavor* (con carota, erba medica e carruba) è una ricca fonte di vitamine, fibre, minerali.

## Verdure e fibre

### per un'alimentazione premium

Per la dieta quotidiana dei conigli nani, la linea *Premium* propone *Premium Menu Rabbits* con carote, piselli e barbabietola. Formulato con ingredienti naturali di altissima qualità, è arricchito con fibre lunghe per completare il fabbisogno nutrizionale, contribuire alla corretta abrasione dei denti e stimolare una corretta funzionalità intestinale; è inoltre grain free e privo di zuccheri aggiunti, garantendo così anche un buon apporto di vitamine e di minerali. (R.T.)



## OFFER VARIETY TO YOUR RABBITS

Two lines to vary the food selection for rabbit owners, whether they pay more attention to quality or price

The sector of rabbits is one of the most growing trends. With time, owners of small mammals have also become more aware: they pay higher attention to quality and salubrity of food.

This is also part of change and *Pinny Pet*, brand manufactured and distributed by Pineta Zootecnici, faces change with an increasingly varied offer according to different target customers and with different product lines. *Wild* line for customers demanding in terms of quality and *Premium* line for owners looking for selected ingredients and excellent price-quality ratio. All products are packed in attractive and modern bags with protective atmosphere and detailed information.

Specialized shops can therefore vary the food selection for rabbit owners and reach excellent volume sales, with interesting margins.

### NATURAL INGREDIENTS, BENEFICIAL EFFECTS

*Wild* range of complete food and treats embodies a new nutritional concept, which focuses on 100% natural ingredients selected after their beneficial effects. Moreover, there are no GMOs, colouring, preserving agents or other additives.

*Rabbit Herbs* and *Rabbit Relax* are complete products for adult dwarf rabbits, with pelleted first-cut alpine hay and alfalfa. They ensure elevated percentage of long fibre (around 25%), which is necessary for the correct abrasion of teeth and intestinal motility.

*Rabbit Herbs* is supplemented with cornflower (*Centaurea nigra*, energizing, purifying and stimulating effect); clover (*Trifolium*

*pratense*, antioxidating, invigorating and detoxifying effect); carrot (*Daucus carota*, providing vitamins and minerals).

*Rabbit Relax* contains relaxing chamomile (*Matricaria chamomilla*), purifying and detoxifying dandelion leaves (*Taraxacum officinale*) and anti-inflammatory calendola flowers (*Calendula officinalis*).

### TREATS WITH FLOWERS AND HERBS

*Wild* range also includes 9 delicious natural treats: they can be used as healthy reward or as supplementary ingredient to enrich your diet. Four simple delicacies (banana rings, dog rose berries, dehydrated raspberries and carrot slices) and five tasty mix: *Veggie Surprise* (carrot, beetroot and pea mix) provides vitamins, minerals and vegetable proteins; *Flower Party* (with carrot and calendola) offers vitamins and antioxidants; *Orange Dream* (with orange skin, dog rose and alfalfa) provides extra vitamin C and long fibres; *Sweetie Blossom* (with chamomile and cornflower) for a relaxing floral cuddle; *Rustic Flavor* (with carrot, alfalfa and carob) is a rich source of vitamins fibres and minerals.

### VEGETABLE AND FIBRE FOR PREMIUM NUTRITION

For the daily diet of dwarf rabbits, *Premium* line offers *Premium Menu Rabbits* with carrots, peas and beetroot. It contains high-quality natural ingredients; moreover, it contains long fibres to complete the nutritional intake, to ensure the correct teeth abrasion and to stimulate the correct intestinal functionality. It is grain and sugar free and it provides adequate quantities of vitamins and minerals.

# Progettati per un'elevata digeribilità

**Tutta la gamma *Monge VetSolution* permette l'assorbimento intestinale ottimale di nutrienti specifici per favorire il particolare fine nutrizionale di ciascuna dieta**



Monge continua sempre a sviluppare nuovi prodotti in grado di intercettare i bisogni dei consumatori e, sicuramente, tra i bisogni primari c'è quello legato al benessere dell'animale.

Avvalendosi dell'ottima collaborazione dei veterinari e della squadra dei suoi Info Vet, che in tutta Italia visitano oltre 5.000 ambulatori

e cliniche veterinarie, l'azienda ha fatto conoscere le caratteristiche e l'efficacia di *Monge VetSolution*. Nata da un pool di esperti veterinari nutrizionisti italiani e stranieri che da anni si occupano di prodotti specifici nel segmento vet, *Monge VetSolution* è una linea di alimenti dietetici completi per cani e gatti destinata a particolari fini nutrizionali (Reg. CE n.354/2020), la cui vendita è riservata a pet shop e negozi specializzati.



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



## I plus: prebiotici, nucleotidi e grain free formula

Per assicurare la massima efficienza di ogni alimento, *Monge VetSolution* combina tre concetti fondamentali: è infusa con nuove generazioni di prebiotici, contiene nucleotidi liberi per il supporto del sistema immunitario ed è grain free formula.

- **XOS PREBIOTICI:** gli Xilo-oligosaccaridi sono carboidrati non digeribili che resistono all'acidità gastrica e agli enzimi del tratto gastrointestinale e raggiungono il colon dove fungono da nutrimento della flora microbica intestinale. Non vengono assorbiti ma fermentati dai microrganismi e permettono una crescita selettiva della flora intestinale, pertanto possono supportare, mediante un'azione complementare, i meccanismi fisiologici intestinali e regolarizzare il transito.
- **NUCLEOTIDI:** i nucleotidi alimentari sono importanti per un corretto supporto nutrizionale del sistema immunitario e intestinale. I nucleotidi liberi, ottenuti dall'idrolisi di lieviti, svolgono un ruolo fondamentale nelle cellule a rapida proliferazione, dove sono indispensabili a garantire una graduale ripresa nutrizionale. L'evidenza scientifica dell'utilità nutrizionale dei nucleotidi negli animali è stata specificatamente descritta nel supporto della maturazione e sviluppo del tratto intestinale e delle funzioni immunitarie.



- **GRAIN FREE FORMULA:** tutti i prodotti della linea *Monge VetSolution* sono stati formulati senza l'utilizzo di cereali. Le fonti classiche di amido sono sostituite da fonti alternative: tapioca, patata, piselli. Il concetto grain free contribuisce a facilitare la digestione, ottimizzando il particolare fine nutrizionale.



### Fit-aroma® Advanced process technology

La tecnologia di processo avanzata nei prodotti *Monge VetSolution* associa un fito-ingrediente con acidi grassi aromatici, apportando gusto e benessere in una sola volta. Il Fit-aroma® negli alimenti dietetici *Monge Vetsolution* è progettato per fornire alte prestazioni biologiche a ridotto livello d'inclusione, con un rilascio progressivo e continuo. Le composizioni sono studiate per un



perfetto assorbimento nel tratto intestinale. La tecnologia unica di rivestimento lipidi aromatici intorno al fito-ingrediente, assicura un rilascio modulato a livello intestinale favorendone l'azione e il beneficio. La composizione del Fit-aroma® permette alle molecole bioattive (che normalmente non resistono al processo di fabbricazione del pet food), di essere utilizzate negli alimenti dietetici con ottima biodisponibilità. (G.M.)



### DESIGNED FOR HIGH DIGESTIBILITY

All *Monge VetSolution* products ensure the excellent intestinal absorption of specific nourishing substances, to support each diet's nutritional purpose

Monge always develops new products capable to understand the needs of customers. Of course, pets' well-being is one of their main needs. Thanks to the excellent collaboration between veterinarians and Info Vet team, who visit over 5,000 veterinary clinics in Italy, the company succeeded in conveying the features and effectiveness of *Monge VetSolution*.

Born after a pool of Italian and foreign veterinarians expert in nutritions, who have been dealing with specific vet pet food for years, *Monge VetSolution* is the line of dietary complete food for cats and dogs dedicated to specific nutritional goals (Reg. CE n.354/2020). They are available in pet shops only.

**PLUS: PREBIOTICS, NUCLEOTIDES AND GRAIN FREE FORMULA**  
To ensure the utmost food efficiency, *Monge VetSolution* combines three fundamental concepts: new-generation prebiotics, free nucleotides to support the immune system and grain free formulas.

- **XOS PREBIOTICS:** Xylo-oligosaccharides are non-digestible carbohydrates that resist to gastric acid and to gastrointestinal enzymes. They reach colon to feed the intestinal microbial flora. They are not absorbed but fermented by micro-organisms and they allow selective growth of the intestinal flora. Their complementary effect supports intestinal physiological mechanisms and regulates the transit.

- **NUCLEOTIDES:** food nucleotides are important for the correct

nutritional support of the immune and intestinal system. Free nucleotides come from yeast hydrolysis and play a fundamental role in fast-growing cells: they ensure gradual nutritional recovery. Scientific evidence of the nutritional importance of nucleotides in pets has been specifically described in supporting maturation and development of the intestinal tract and immune functionality.

- **GRAIN FREE FORMULA:** all products from *Monge VetSolution* line are free from cereals. Traditional sources of starch have been replaced by alternative sources: tapioca, potato, peas. The grain-free concept also supports digestion, optimising the specific nutritional purpose.

#### FIT-AROMA® ADVANCED PROCESS TECHNOLOGY

The advanced process technology in *Monge VetSolution* products combines a phyto-ingredient with aromatic fatty acids, providing flavour and well-being all at once. Fit-aroma® in *Monge VetSolution* dietary food is designed to ensure elevated biological performances with low inclusion levels as well as low and continuous release. Formulas ensure perfect intestinal absorption. The unique technology featuring an aromatic lipid layer around the phyto-ingredient ensures modulated intestinal release, supporting the beneficial effect. Fit-aroma® formula allows bioactive molecules (which do not usually resist to pet food processing) to be used in dietary food with excellent bioavailability.

# Differenziare la gamma snack!

**C'è chi lo preferisce bio, chi con pochi grassi, sostenibile o di pesce: Vitakraft amplia il tuo assortimento di leccornie per cani**



Per il negozio specializzato, scegliere fra i vari marchi proposti dal mercato non è mai semplice. Uno degli elementi da tenere presenti per capire il potenziale di vendita è l'aspettativa del cliente nei confronti del prodotto. Da questo punto di vista, quando il proprietario pet incontra il brand Vitakraft, lo associa immediatamente a garanzia di qualità e assortimento all'avanguardia.

Prendiamo ad esempio la linea di *Beef Stick*, lo sfizioso fuoripasto, inventato da Vitakraft. All'interno dell'assortimento proposto dal brand per il pet shop, il cliente ha la possibilità di scegliere nuove esperienze di gusto, ricche di nutrienti benefici, con la sicurezza di trovare il prodotto che fa per lui e per il suo quattrozampe.



## Più del 90% di pura carne

Il *Beef Stick* classico più venduto è quello con carne di manzo, ma ci sono anche quelli al pesce, alla selvaggina, all'agnello, al tacchino, alla trippa e con cuore. L'assortimento, inol-



**VITAKRAFT ITALIA SPA**  
tel. 075965601  
fax 0759656020  
[www.vitakraft.it](http://www.vitakraft.it)  
[info@vitakraft.it](mailto:info@vitakraft.it)



tre, è presentato in modo attraente con pratici e accattivanti display da 1/4 e 1/8 pallet, totem, impronte adesive, cartellonistica, appenderia pubblicitaria, segnalinea da scaffale e tanti altri materiali promozionali per valorizzare gli spazi commerciali e incrementare i volumi di vendita.



*Beef Stick* è adatto a tutti i cani, come premio o per spezzare la fame in qualsiasi momento della giornata, ideale sia in casa che fuori, grazie alla sua praticità: ogni snack è confezionato singolarmente in pratiche pellicole. *Beef Stick* contiene più del 90% di pura carne della migliore qualità arricchita di sostanze minerali e vitamina E, inoltre per i cani supergolosi c'è la versione XXL, con una dose extra di carne.



## Superfood e bio, le tendenze del momento

In linea con i trend di mercato più recenti, i nuovissimi *Beef Stick Superfood* sono nati proprio per venire incontro alle preferenze dei proprietari pet. Sono snack gustosi e ricchi di nutrienti benefici per la salute del cane disponibili in due varianti: la prima a base di piselli per garantire un alto contenuto proteico e mirtillo rosso, ricco di antiossidanti, per la protezione delle cellule, mentre la seconda ricetta prevede un delizioso ripieno di carote, fonte naturale di carotene e semi di chia contenenti acidi grassi omega 3 per la salute della pelle e la bellezza del pelo.

Un altro prodotto che nasce per le richieste dei clienti è *Beef Stick BIO* prodotto con 100% di carne di agnello proveniente da allevamenti biologici certificati in linea con le tendenze per umani.



## Sovrappeso o intolleranti

Non bisogna dimenticare i pet che hanno esigenze particolari, ed ecco per loro le varianti funzionali. *Low Fat* per cani in sovrappeso è a basso contenuto di grassi (20% in meno rispetto al *Beef Stick* manzo) e con aggiunta di L-carnitina. Per il problema delle intolleranze, *Beef Stick Hypoallergenic* contiene fonti selezionate di proteine e carboidrati: oltre il 90% di carne di tacchino e struzzo, riso e patate, senza manzo, soia, latte, frumento e mais, arricchito di minerali e vitamine.

Per cani con articolazioni stressate e sollecitate, statisticamente più del 90% dei soggetti oltre i 5 anni, Vitakraft ha creato *Beef Stick Arthro Fit*, addizionato di beta-glucani, che grazie alle proprietà antinfiammatorie sono in grado di migliorare la mobilità proteggendo le cartilagini.



## Buoni per il cane e il pianeta

Innovativi e con uno sguardo al futuro sono gli *Insect Stick*, che si presentano come i più famosi *Beef Stick*, con la differenza che la carne è totalmente assente come pure cereali, soia, uova e latte. *Insect Stick* contiene il 100% di proteine di alta qualità provenienti da insetti, nello specifico da larve della mosca soldato nera, *Hermetia illucens*, una fonte monoproteica ideale anche per i cani con intolleranze o sensibilità alimentari. Il gusto è saporito e l'aroma delizioso grazie all'affumicatura a freddo. Per il tuo cliente, scegliere *Insect Stick* significa somministrare al cane uno snack gustoso e ipoallergenico, realizzato con proteine non comuni e al contempo vuol dire tutelare l'ambiente, perché la produzione di insetti ha un ridotto consumo di acqua, di suolo e di emissioni di CO<sub>2</sub> in atmosfera. Anche lo stabilimento di produzione opera in modo sostenibile essendo alimentato da elettricità da fonti sostenibili e dotato di un trattamento delle acque reflue.



## Dedicato a chi ama i gusti forti

Per il cliente che preferisce prodotti più tradizionali, la gamma offre anche il *Beef Stick Rustico* cioè una versione saporita, deliziosi bocconcini al salame dal sapore e dal profumo inconfondibile grazie all'affumicatura a freddo e un'appetibilità unica garantita dall'elevato tenore di carne di oltre l'85% ma senza zucchero, coloranti, conservanti ed esaltatori di sapidità artificiali. *Beef Stick Rustico* è porzionato in pezzettoni e confezionato nella pratica busta apri e chiudi salvafreschezza.

Ci sono poi i *Beef Stick Quadros*, gustosi quadrotti di carne arricchiti con deliziosi ingredienti extra, nelle due varianti di gusto *Formaggio e Fegato & Patate*. Il contenuto di carne è elevatissimo (oltre l'85%) e sono ben visibili i pezzetti di fegato, le patate e il formaggio. Senza zucchero, coloranti artificiali ed esaltatori di sapidità. Per il cane che ama il gusto del pesce, il clien-



te può scegliere fra due *Fish Stick*, uno con salmone e l'altro con trota entrambi con acidi grassi naturali omega 6 e soprattutto certificati MSC, marchio che garantisce la provenienza da pesca sostenibile effettuata nel rispetto dell'ecosistema marino. (F.C.)

## DIFFERENTIATE YOUR TREAT OFFER!

Organic, low fat, sustainable or with fish: Vitakraft broadens the range of dog delicacies

Choosing among the various brands available on the market is not easy for retailers. One of the factors to assess the sale's potential is customers' expectation towards products. Customers immediately relate Vitakraft brand to a guarantee of quality and range variety in the vanguard.

*Beef Stick* for example is a delicious treat invented by Vitakraft. Customers can choose new flavour experiences, rich in nourishing beneficial effects: they will definitely find the right product for their pet.

### OVER 90% PURE MEAT

The most popular *Beef Stick* contains beef, but it is also available with fish, game, lamb, turkey, tripe and heart. The range is presented with handy and attractive 1/4 and 1/8 pallet display, totems, sticky paws, posters, advertising display racks, shelf marks and plenty of other promotional materials to enhance commercial space and increase sales volume.

*Beef Stick* is suited for all dogs as reward or treat any time during the day, at home or outside: each stick is packed individually in handy films. *Beef Stick* contains over 90% pure meat of the best quality, supplemented with mineral substances and vitamin E. For super greedy dogs there is *XXL* version with extra meat.

### SUPERFOOD AND ORGANIC, HOT TRENDS

In line with the most popular market trends, brand new *Beef Stick Superfood* is born to meet the needs of pet owners: tasty treats, rich in nourishing ingredients beneficial for the health of dogs. Two versions available: with peas (elevated protein intake) and cranberry (rich in cell-protecting antioxidant); with delicious carrot (rich in carotene) and chia seeds (rich in omega 3 fatty acids for a healthy skin and beautiful fur).

Another product born after the needs of customers is *Beef Stick BIO* with 100% lamb from certified organic farms, in line with human trends.

### OVERWEIGHT OR INTOLERANT

Never forget pets with special needs: here are functional recipes. *Low Fat* for overweight dogs features a low fat percentage (20%

less compared to *Beef Stick*) with L carnitine. *Beef Stick Hypoallergenic* contains selected source of proteins and carbohydrates: over 90% turkey and ostrich, rice and potatoes, without beef, soy, milk, wheat and corn. It is supplemented with minerals and vitamins.

Some dogs suffer from stressed or overloaded articulations (over 90% of dogs over 5 years): *Beef Stick Arthro Fit* is supplemented with beta glucans. Thanks to anti-inflammatory effect, they can improve mobility and protect cartilages.

### GOOD FOR THE DOG AND FOR THE PLANET

Innovative and future-oriented: *Insect Stick* looks like popular *Beef Stick* without meat, cereals, soy, eggs and milk. *Insect Stick* contains 100% high-quality proteins from insects: larvae of *Hermetia illucens*. The single protein source is also suited for dogs with intolerances or food sensitivity. They are tasty and delicious thanks to cold smoking. For pet owners, *Insect Stick* is a tasty and hypoallergenic pet treat, with eco-friendly and uncommon proteins: insect production has a reduced consumption of water, earth and CO<sub>2</sub> emissions. The productive plant is also sustainable, with sustainable energy-sources and waste water treatment.

### DEDICATED TO STRONG-FLAVOUR LOVERS

For customers looking for traditional products there is *Beef Stick Rustico*: delicious salami chunks with unique flavour and aroma thanks to cold smoking. The unique palatability is ensured by elevated meat intake (over 85%) without sugar, artificial colouring, preserving and flavouring agents. *Beef Stick Rustico* comes in chunks; it is packed in handy re-sealable and freshness-preserving pouch. *Beef Stick Quadros* are tasty meat chips with delicious extra ingredients and two recipes: *Cheese* and *Liver & Potato*. Meat percentage is elevated (over 85%) and the ingredients are clearly visible: liver, potato and cheese chunks. They are free from sugar and artificial colouring or flavouring agents.

For fish-lover dogs there is *Fish Stick* with salmon or with trout. Both recipes contain omega 6 natural fatty acids with MSC certification: fish from sustainable fishing, fully respecting the marine ecosystem.

# Gli oli essenziali che lavano

**Lavanda, maggiorana, origano e iperico per uno shampoo riequilibrante, emolliente e lenitivo, formulato come i cosmetici per umani**



Lavanda ad azione igienizzante, iperico nutriente, bergamotto antisettico, achillea ammorbidente, miele idratante: l'alta concentrazione di principi attivi 100% biologici dello *Shampoo Igienizzante Dermoprotettivo* firmato ElsaBeauty Firenze igienizza il pelo del cane senza alterare l'equilibrio lipidico della pelle, lenisce eventuali dermatiti e arrossamenti, favorendo una corretta idratazione della cute.

Grazie agli oli essenziali di lavanda, maggiorana e origano, ha un pH 5,0 ideale per sanificare il pelo dell'animale con un duplice effetto: si preven- gono pericoli di contagio per lui e si evitando potenziali rischi di trasmissione alla famiglia che convive con il pet. Con i suoi principi naturali, privo di solfati, di conservanti e di profumi, oltre a svolgere un'azione igienizzante e antisettica, lo shampoo mantiene il pelo morbido e idratato: non un semplice prodot-

to per la toelettatura, ma una concreta soluzione a problemi reali.

## Lavanda e iperico al 5%

La sua formulazione e produzione si svolgono seguendo le medesime normative vigenti per la cosmetica umana, il che ne garantisce la massima sicurezza. L'essenza di lavanda e l'estratto di iperico, entrambi biologici, sono presenti in una percentuale che raggiunge il



**CAP SO FEND SRL**  
[www.elsabeauty.it](http://www.elsabeauty.it)  
[info@elsabeauty.it](mailto:info@elsabeauty.it)



5%, a testimonianza dell'attenzione che ElsaBeauty Firenze pone nei confronti della concentrazione dei principi attivi.

Anche il packaging, essenziale ed esclusivo, è studiato all'insegna della massima eco-sostenibilità essendo PET 100% da plastica riciclata. Il flacone MOPET® non contiene alcun derivato di origine animale al fine di offrire una garanzia in più a noi e ai nostri amici pelosi. (E.P.)

## ESSENTIAL OIL SHAMPOO

Lavender, marjoram, oregano and hypericum: a balancing, soothing shampoo featuring a human-grade cosmetic formula

Sanitizing lavender, nourishing hypericum, antiseptic bergamot, soothing yarrow, moisturising honey. *Dermoprotective Sanitizing Shampoo* by ElsaBeauty Firenze contains elevated concentration of 100% organic active principles, which sanitize dog fur without altering the lipidic balance of skin. Moreover they soothe dermatitis and reddening, by supporting the correct skin hydration. Thanks to essential oil of lavender, marjoram and oregano, the shampoo features a pH 5.0, which sanitizes the pet's fur: this prevents potential infection risks for the pet and the owners. It features natural principle and it is free from sulphates, preserving agents and perfumes: besides the antiseptic effect, the shampoo also ensures a soft and moisturised fur. It is not just a grooming product: it is a real solution for real problems.

### 5% LAVENDER AND HYPERICUM

Its formula and production comply with the current regulations for human beauty products, thus ensuring the utmost safety. The extracts of organic lavender and hypericum amounts to 5%, as further proof of ElsaBeauty Firenze attention to the concentration of active principles.

The packaging is essential and exclusive: it is eco-sustainable, made of PET 100% recycled plastic. MOPET® does not contain animal derivatives: one more guarantee for us and our pets.

# La cuccia pronta in 3 minuti

**Bungalow è studiata in ogni dettaglio: aerazione, igiene, isolamento termico, design e si assembla a incastro in pochi minuti**



"Accidenti! Piove e fa freddo! Eppure siamo in primavera!". Ecco una delle tante frasi (sbagliate!) che senti dire dal tuo cliente. Perché parliamo del tempo? Perché l'inclemenza del meteo è un fattore importante da tenere presente quando il proprietario pet deve scegliere la cuccia da esterno. Si tratta di un accessorio paragonabile a quello che per noi è il letto, ovvero il posto più sicuro della casa, che ci permette di riposare tranquilli.

Le intemperie di primavera – ma anche d'autunno e soprattutto d'inverno – sono una preoccupazione sia per il cane, in particolare per i soggetti meno giovani, tra temperature basse, pioggia, vento e umidità, sia per il proprietario che deve potersi occupare della pulizia nel miglior modo e nel minor tempo possibile.



Bamapet come sempre va in direzione del problem-solving, e ha creato *Bungalow*, la prima cuccia pronta nel giro di tre minuti: a base estraibile, dal tetto regolabile e completamente assemblabile a incastro, senza

enjoy life with  
**bama**  **pet**

**BAMAPET**  
bamagroup.com  
enjoylifewithbamapet.com



bisogno di attrezzi. Ideali per cani di taglia media e grande, *Bungalow* e *Bungalow Large* – dimensioni cm 89x75x62h e cm 110x94x77h – sono pensate per risolvere efficacemente le problematiche maggiori di questo tipo di articoli: l'aerazione, la pulizia e la protezione dagli agenti atmosferici.



## Pratica e isolabile termicamente

Realizzata completamente in Italia, con materiali di prima scelta, riciclabili e atossici al 100%, *Bungalow* è molto robusta e offre ai pet un riparo sicuro: nella stagione fredda per proteggersi dalle precipitazioni è dotata di un tetto spiovente regolabile in due posizioni (si può sollevare solo su un lato o su



entrambi) che consente anche una maggiore aerazione interna, con l'obiettivo di risolvere le problematiche legate ai piccoli spazi al chiuso, soprattutto nelle stagioni più calde. Le ruote della base permettono un'estrazione veloce e mantengono la cuccia sollevata da terra di alcuni centimetri, favorendo l'isolamento termico. Il materiale garantisce una pulizia ottimale, senza timore di rovinare il fondo, per aumentare disinfezione e igiene. Il tuo cliente vuole isolare ulteriormente la cuccia? Nessun problema, Bamapet ha creato l'apposito kit di pannelli isolanti realizzato in polietilene espanso reticolato ricoperto di film goffrato, selezionati materiali-barriera contro freddo e umidità. I pannelli risultano semplici da montare grazie alle clip in dotazione, applicabili sui lati interni della cuccia.



### Design ideale per ogni ambiente

Per quanto riguarda il design, Bamapet si conferma attenta alle esigenze dei proprietari pet. Dalla finitura in simil legno delle pareti, alla scelta dei colori, verde e beige, *Bungalow* è l'arredo ideale per qualsiasi ambiente, quasi impercettibile in aperta natura e perfettamente neutro per chi volesse adoperarlo in loggiati o cortili interni.

A questo si aggiunga l'inclinazione a produrre articoli belli, innovativi e funzionali, e non stupirà sapere che ai solidi materiali di costruzione sono stati addizionati degli ANTIUV per garantire il mantenimento del colore nel tempo, nonostante la continua esposizione esterna. (F.D.C.)

### THE DOGHOUSE IS READY IN 3 MINUTES

Bungalow has been carefully developed: aeration, hygiene, thermal insulation, design... and it is assembled in a few minutes

"Gosh! It rains and it is cold...is it really spring?". This is one of the (wrong) statements you hear from your customers. Why are we talking about the weather? Because owners must take weather into account when choosing the outdoor doghouse. It can be compared to our bed: the safest place at home, where we can rest safely.

Bad weather in spring - but also in autumn and especially winter - is a problem for dogs, especially for older dogs, with low temperatures, rain, wind, dampness. But also for owners, who must take care of quick but thorough cleaning.

As always, Bamapet is specialized in problem solving: the company developed *Bungalow*, the first doghouse ready in three minutes. Removable base, adjustable roof and completely assembled with a few clicks without any tool. The doghouse models are suited for medium and large dogs: *Bungalow* and *Bungalow Large* (cm 89x75x62h and cm 110x94x77h). They are the effective solution to problems usually related to the product category: aeration, cleaning and protection from atmospheric agents.

#### HANDY AND THERMALLY INSULATED

The doghouse is made in Italy with first-choice, recyclable and 100% non-toxic materials. *Bungalow* is very resistant and offers a safe shelter. The sloping roof ensures the utmost protection from rain during winter and it can be lifted on one or both sides: this ensures better air circulation, which is usually a problem in small areas, especially during summer.

Wheels allow easy base removal and keep the doghouse raised a few centimetres from ground, supporting thermal insulation. The material ensures excellent cleaning; no fear to ruin the bottom, increased disinfection and hygiene.

If your customers want further insulation, Bamapet created the isolating panels kit made of cross-linked polyethylene foam covered in embossed film: the selected materials act as barrier against cold and dampness. Panels are easy to set thanks to equipped clips, applied on the internal side of doghouse.

#### DESIGN SUITED FOR ANY ENVIRONMENT

As for design, Bamapet is once again attentive to customers' needs. Wooden effect walls and the colour available (green and beige) make *Bungalow* perfect in any environment: almost indistinguishable in nature and perfectly neutral in exterior galleries or internal courtyards.

The company is always ready to manufacture beautiful, innovative and functional products: anti UV treatment has been added to materials to preserve colours under the sun in the long term.



# Formule ad hoc per ogni patologia

**La risposta nutrizionale da offrire al proprietario pet per un'alimentazione specifica di supporto per un'ampia gamma di problemi**



Diabete? Insufficienza epatica? Calcoli? Problemi articolari? Difficoltà gastrointestinali? Come agli uomini, anche a cani e gatti capitano momenti della vita in cui si trovano ad affrontare una determinata patologia. Il primo consiglio da dare al proprietario pet è di affidarsi con fiducia al Medico Veterinario che è in grado di valutare il problema e instaurare la terapia adeguata spesso affiancandola con una dieta specifica.

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* rappresenta un'efficace risposta nutrizionale con alimenti specifici che aiutano a ripristinare il benessere ottimale compromesso dalle patologie più comuni.

Le diverse ricette – differenziate per taglia Small Breed, Medium&Large Breed, sia nella versione secco che umido - hanno formulazione monoproteica, realizzata con fonti alternative di proteine, sono prive di glutine, arricchite con ingredienti innovativi e preservate con tocoferoli naturali.

  
**Dorado**<sup>®</sup>

**DORADO SRL**  
tel. 042659140  
fax 0426308158  
[www.exclusion.it](http://www.exclusion.it)  
[infoservice@exclusion.it](mailto:infoservice@exclusion.it)



per il controllo dell'apporto di glucosio in corso di diabete mellito.

*Hepatic* contiene proteine di alta qualità e carboidrati altamente digeribili ed è formulato con un'unica fonte proteica animale (maiale) e due fonti di carboidrati (riso e piselli). La L-carnitina migliora il metabolismo dei grassi limitando il rischio di lipidosi epatica e il basso tenore di rame favorisce una minor progressione dell'insufficienza epatica. Betacarotene, vitamine E e C aiutano a proteggere dal danno ossidativo.



## Ricette nuove per le singole patologie

Le ultime nate costituiscono un supporto nutrizionale per la funzionalità del fegato in caso di insufficienza epatica cronica e



*Diabetic* è formulato con maiale, unica fonte proteica animale e due fonti di carboidrati, sorgo e piselli. Il ridotto apporto di carboidrati e la presenza di psyllium che riduce l'assorbimento dei glucidi ne fa un



alimento a basso indice glicemico. La L-carnitina aumenta la conversione dei grassi in energia e promuove il mantenimento della massa muscolare magra, mentre i beta glucani favoriscono la riduzione dell'infiammazione e potenziano le difese immunitarie.

Le altre referenze, già note e consolidate sono:

- \* *Renal*, utile per il supporto della funzione renale grazie a una bassa concentrazione di fosforo e un ridotto tenore di proteine;
- \* *Urinary*, per la dissoluzione di calcoli a base di struvite, con bassa concentrazione di magnesio e ridotto tenore di proteine;
- \* *Hypoallergenic*, per il trattamento delle intolleranze alimentari, ricetta monoproteica e monocarboidrato, con ingredienti come aloe vera, semi di lino, betacarotene, vitamine E e C;
- \* *Metabolic&Mobility*, per ridurre il sovrappeso e favorire la mobilità articolare, con otto fonti di fibra per un corretto assorbimento a livello intestinale;
- \* *Mobility*, specifico per il trattamento dell'osteoartrite, con glucosamina che stimola la



produzione cartilaginea, condroitin solfato che ne rallenta la degradazione e beta glucani che aiutano a ridurre l'infiammazione articolare;

- \* *Intestinal*, per problemi gastrointestinali, cattiva digestione e malassorbimento, con carne di maiale e riso, FOS (frutto-oligosaccaridi) per il nutrimento della flora batterica saprofitica, MOS (mannano-oligosaccaridi) per ostacolare la colonizzazione dei batteri patogeni e beta glucani ad azione immunostimolante e antinfiammatoria. (G.P.)

## SPECIFIC FORMULAS FOR ALL DISEASES

The nutritional solution for pet owners: specific support food for a broad range of problems

Diabetes? Hepatic insufficiency? Calculi? Articular problems? Gastrointestinal ailments? Just like humans, dogs and cats also suffer from diseases. The first tip for pet owners is to trust their veterinarian, who will assess the problem and start the suited treatment as well as a specific diet.

*Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* is an effective nutritional solution with specific food to help restore pets' well-being, affected by common ailments.

The recipes are available for Small Breed, Medium & Large Breed, in wet and dry formulas. The single-protein formula contains alternative protein sources; moreover, it is gluten free, it is supplemented with innovative ingredients and preserved with natural tocopherols.

### INNOVATIVE FORMULAS FOR DIFFERENT AILMENTS

The most recent recipes are a nutritional support for liver functionality in case of chronic hepatic insufficiency and to control the glucose intake in case of diabetes mellitus.

*Hepatic* contains high-quality proteins and digestible carbohydrates. It contains a single animal protein source (pork) and two carbohydrate sources (rice and peas). L-carnitine improves the metabolism of fats limiting the risk of hepatic lipidosis, while the low percentage of copper supports a slower progression of hepatic insufficiency. Beta carotene, vitamins E and C help protect against oxidating stress.

*Diabetic* is formulated with pork, a unique animal protein source

and two carbohydrate sources (sorghum and peas). Thanks to reduced carbohydrate intake and psyllium (reducing the absorption of carbohydrates), it features a low glycaemic index. L-carnitine helps turn fats into energy and helps preserve the lean muscle mass, while beta glucans support the reduction of inflammation and strengthen the immune defences.

The other famous recipes of the range are:

- \* *Renal*, useful for renal functionality thanks to a low concentration of phosphorus and reduced protein intake;
- \* *Urinary*, against struvite calculi, with low percentage of magnesium and proteins;
- \* *Hypoallergenic*, against food intolerances, single protein and single carbohydrate, with innovative ingredients such as aloe vera, linseeds, beta-carotene, vitamins E and C;
- \* *Metabolic&Mobility*, to reduce overweight and support articular mobility, with eight sources of fibres for the correct intestinal absorption;
- \* *Mobility*, specific against osteoarthritis, with glucosamine to stimulate cartilage production, chondroitin sulphate to slow down cartilage degradation and beta glucans to reduce articular inflammation;
- \* *Intestinal*, for gastrointestinal problems, bad digestion and bad absorption, with pork and rice, Fructo-oligosaccharides for saprophytic bacterial flora, Mannan-oligosaccharides against pathogens and beta-glucans with immune-stimulating and anti-inflammatory effect.



# Una deliziosa esperienza culinaria

**Non solo un rimedio sano e gustoso per garantire la corretta idratazione del gatto: soprattutto una deliziosa esperienza culinaria**

"Perché il mio gatto non beve?" quante volte ti sarà capitato di sentire questa domanda dal cliente! Se un gatto può essere schizzinoso con il cibo, può esserlo ancor di più con l'acqua. Al proprietario pet puoi dare diversi consigli: mantenere pulito il recipiente, incitare il gatto a bere dal rubinetto, collocare varie ciotole in giro per la casa... ma esistono anche altri modi.

*Vibrisse Shake* è un rimedio sano e gustoso per garantire la corretta idratazione, un alimento complementare ad alto contenuto di liquidi, altamente dissetante e saporito grazie alla presenza di carne o pesce nella misura del 5% sul totale.



Ma non è solo un modo per far bere il gatto. I tuoi clienti saranno contenti di offrire al loro amico una deliziosa esperienza culinaria. La carne e il pesce vengono finemente sminuzzati e serviti in un delicato brodo per essere assimilabili anche da cuccioli e gatti anziani o con particolari problemi.



**CROCI**  
SPA  
QUALITY & SERVICE FOR PETS

CROCI SPA  
tel. 0332870860  
www.croci.net  
info@croci.net



## Esperienza sensoriale unica

*Vibrisse Shake* offre una gamma di gustose ricette per un'esperienza sensoriale unica, in lattine da 135 g nelle varianti *Anatra*, *Pollo*, *Tonno*, *Kitten Pollo*, *Senior Tonno*.

Perfetto per essere somministrato come gusto-spuntino o integrato ai pasti della giornata, è anche ideale come «aggiunta» al cibo secco soprattutto per quei gatti che non lo amano. Con una formulazione totalmente grain free, senza cereali, conservanti, coloranti e additivi, *Vibrisse Shake* è indicato anche per i gatti più delicati o con sensibilità alimentare. (P.C.)

## DELICIOUS CULINARY EXPERIENCE

Not only a healthy and tasty way to ensure the correct hydration of cats: it is a delicious culinary experience

"My cat does not drink. Why?" how often have you heard such question from your customers? If cats can be demanding with food, they might be even more demanding with water. You can offer several tips to your customers: keep the water bowl clean, teach cats drink from the tap, place more than one water bowl in the house...but there are also other ways.

*Vibrisse Shake* is the healthy and tasty way to ensure the correct hydration. The complementary food features an elevated percentage of liquid, very refreshing and tasty thanks to 5% fish or meat.

It is not just a way to make cats drink. Customers will be happy to let their cat enjoy a real culinary experience. Fish and meat are finely crumbled and served in delicate broth. They are also suited for kittens and senior cats, or cats with special problems.

### UNIQUE SENSORIAL EXPERIENCE

*Vibrisse Shake* offers a range of tasty recipes, for a unique sensorial experience, in 135g cans: *Duck*, *Chicken*, *Tuna*, *Kitten Chicken*, *Senior Tuna*.

*Vibrisse Shake* is suited as a tasty snack or together with daily meals. It is also perfect in combination with dry food, especially if cats do not like it. Its formula is free from grain, cereals, preserving, colouring agents and additives. *Vibrisse Shake* is also suited for delicate cats or cats with food sensitivity.





## “PERCHÉ IL MIO CANE ABBAIA?”

**Hai clienti che ti chiedono consiglio per i loro cani che abbaiano troppo? Ecco come soddisfare la richiesta con professionalità**

**LORENA QUARTA**

La priorità del negoziante è sempre riuscire a esaudire le richieste dei clienti. Nei pet shop, spesso i dubbi non riguardano l'alimento migliore da prendere o il capo di abbigliamento più trendy ma piuttosto quesiti in materia di comportamento del proprio animale. Nasce con questo numero una serie di articoli per non farti cogliere impreparato davanti a questo tipo di richieste ma anzi, esibire una professionalità e una conoscenza cinofila che al consumatore farà senz'altro piacere. Abbaiano per un cane è del tutto normale, è uno dei modi che impiega per comunicare.

Il cane abbaia per diversi motivi: per noia e frustrazione, perché passa molto tempo da solo o viene confinato in spazi ristretti, senza nulla da fare; per insicurezza e paura (l'abbaio è un modo per tenere lontano ciò che lo preoccupa); per richiesta, quando vuole qualcosa o vuole ricevere più attenzioni; per dare l'allarme o segnalare qualcosa fuori dalla norma; per difendere il suo territorio e le sue risorse (tra cui il proprietario); per eccitazione o per gioco. Per capire la causa di un abbaio persistente è molto importante quindi, che il cliente sia esaustivo nello spiegare le circostanze che portano il cane ad abbaiano.

**Chiedi sempre la razza del cane: esistono razze più predisposte di altre ad abbaiano spesso!**



## Di che razza è?

Domanda essenziale, perché ci sono cani più “abbaioni” di altri: in linea di massima tendono ad abbaiare di più i cani di taglia piccola (chihuahua, pinscher) per compensare con la voce le loro ridotte dimensioni. Con questi cani è sufficiente un minimo stimolo, qualcosa che per loro è fuori dalla norma per farli reagire abbaiando, non a caso sono considerati eccellenti allertatori. Si difendono bene a vocalizzi anche i terrier, i labrador, i boxer, i pastori tedeschi e i doberman e abbaiano molto anche i cani da seguita, che usano la voce durante l'inseguimento del selvatico.



Chi ha un beagle, un segugio italiano o un basset hound, quindi, lo deve mettere in conto.

Se qualche cliente si lamenta che il proprio cane invece di abbaiare ulula, tranquillizzalo: se si tratta di cani nordici, come i siberian husky e gli alaskan malamute, o di cani con sangue di lupo nel DNA, come il cane lupo cecoslovacco, è del tutto normale.

## Cosa non fare mai

Oltre a cosa fare, puoi consigliare cosa NON fare: non sgridare il cane (se sa di ottenere attenzioni dal proprietario, anche se negative, lo si rinforza in un comportamento sbagliato), non punirlo (lo farebbe diventare solo più ansioso), non accarezzarlo né dargli un bocconcino (verrebbe interpretato come un premio e abbaierebbe di più), non alzare la voce

(il cane può interpretare che il proprietario stia gridando perché non ha abbaiato abbastanza, quindi abbaierà più forte e più insistentemente).

Assolutamente da sconsigliare, infine, chiudere la bocca al cane o mettergli una museruola (che non deve mai essere usata come punizione), perché così si limita solo temporaneamente il problema, che si ripresenterà una volta tolta la mano dal muso o levata la museruola.

## Come farlo smettere

Inevitabilmente i padroni ansiosi ti chiederanno se esiste un rimedio affinché il loro quattrozampe abbaia meno e anche in questo caso è importante prima di dispensare consigli, capire la motivazione. Se abbaia per noia perché viene lasciato solo troppo a lungo tempo consiglia al padrone di dedicargli più tempo, inserendo attività fisiche e mentali, ovviamente adeguate alle sue necessità.

Se, invece, abbaia per paura, bisogna aiutarlo ad aumentare l'autostima e la sicurezza in se stesso, il proprietario deve diventare la "base sicura" a cui il cane si può affidare per affrontare le situazioni che lo preoccupano.



Giochi di attivazione mentale in grado di gratificarlo saranno senza dubbio utili allo scopo.

Se abbaia per richiedere attenzione è fondamentale fargli capire che questo comportamento non gli fa ottenere quello che vuole, e che i premi arrivano solo quando sta zitto.

Il sistema migliore in questi casi è ignorarlo: non parlargli, non toccarlo, non guardarlo e lasciarlo solo, premiandolo invece quando è in silenzio.

### **E se ringhia?**

Il discorso cambia se il vocalizzo è un ringhio: se un cane ringhia, nella maggioranza dei casi è per insicurezza o per paura, per comunicare un disagio, ma anche per tenere lontano ciò che è considerata una minaccia.

Anche in questo caso è importante accertarsi della motivazione e delle circostanze che portano il cane a ringhiare.

Cani molto possessivi potrebbero ringhiare al padrone se si avvicina a ciò che considerano una loro proprietà: la cuccia, la ciotola, il cibo, un gioco. Cani che vengono abituati a salire su letti e poltrone possono arrivare a ringhiare se solo si prova a farli scendere. Esiste però anche il ringhio "da gioco", che il cane emette quando è eccitato, magari durante un gioco molto energetico e coinvolgente come il "tira e molla".

### **Cosa fare?**

Innanzitutto tranquillizza il proprietario: un cane che ringhia non è necessariamente un cane aggressivo, ma lo potrebbe diventare se impara che così facendo ottiene quello che vuole. Sconsiglia di sgridarlo o di punirlo, c'è il rischio che la volta successiva passi direttamente al morso senza avvisare attraverso il ringhio. Sicuramente da parte del cane c'è un disagio, bisogna capire quali sono le motivazioni che lo spingono a ringhiare per valutare qual è il comportamento migliore da adottare.

Tuttavia ricorda sempre che esiste un confine tra i tuoi suggerimenti e una specializzazione nel campo dei problemi comportamentali.

In questo caso, sicuramente consigliare al cliente di rivolgersi a un educatore cinofilo è la soluzione migliore.



**Per indagare al meglio le cause di un abbaio insistente, fate spiegare bene al cliente le circostanze**





## “MA IL MIO CONIGLIO SPELA!”

Qualche cliente te lo avrà certamente già detto, ma sì, anche i piccoli mammiferi affrontano la muta del pelo, ecco come gestirli

**CRISTIANO PAPESCHI**

La primavera, il bel tempo e le temperature più miti sono finalmente alle porte. Così come noi umani abbandoneremo cappotti, guanti e sciarpa per lasciare il posto a indumenti più leggeri e piacevoli, allo stesso modo gli animali da compagnia avranno bisogno di far “respirare” un po’ di più la pelle, liberandosi del vecchio pelo invernale. Per quanto nelle nostre case e nei nostri esercizi commerciali le temperature siano sempre controllate e in inverno ben più elevate di quelle ambientali, gli animali ospitati al loro interno compiono comunque una muta nel passaggio dalla stagione calda a quella fredda e come capiterà a breve, da quella più rigida a una più mite. La muta del pelo, infatti, non è regolata solamente dalla temperatura ma anche dalla variazione del fotoperiodo poiché in natura, la diminuzione delle ore di luce indica agli esseri viventi l’avvicinarsi di temperature più basse, mentre un loro graduale prolungamento prelude all’arrivo della bella stagione. In realtà, il pelo non è eterno, un piccolo ricambio si verifica continuamente, come per noi umani per quel che riguarda peli e capelli: non sono sempre

gli stessi ma vengono sostituiti un po’ alla volta. Vediamo insieme alcune caratteristiche della muta nelle diverse specie per una migliore gestione in negozio e per qualche buon consiglio al cliente.

**Razze a pelo lungo vanno toelettate più spesso perché si formano con facilità nodi composti da pelo**

### La muta nel coniglio

La prima muta nel coniglio avviene intorno alle 5-6 settimane, all’incirca l’età in cui il giovane animale si trova in negozio pronto per la vendita, un momento in cui è molto importante che il suo mantello sia in ordine e ben curato, non soltanto per una questione di salute del soggetto ma anche per motivi di esposizione. La muta successiva si verificherà intorno ai 4-5 mesi ma se tutto va bene, a quel punto il coniglietto sarà già stato venduto e le informazioni che seguiranno potranno essere trasmesse al cliente per sua conoscenza. La muta nel coniglio generalmente inizia dalla testa e prose-





gue verso la coda, finendo poi con l'addome. La pelliccia appare disomogenea per via del pelo perso a chiazze, che si stacca con estrema facilità: è sufficiente una lievissima trazione. È consigliabile mantenere in ordine il mantello del coniglio, soprattutto durante il periodo della muta, utilizzando con delicatezza le spazzole "rimuovi-pelo" appositamente com-

**I pet hanno bisogno di far "respirare" la pelle, liberandosi del pelo invernale al cambio di stagione**

mercializzate per questa specie. L'ingestione di grandi quantità di pelo durante la toelettatura non è buona cosa perché favorisce la formazione di tricobezoari. Nel caso delle razze a pelo lungo o loro incroci la manutenzione dovrebbe essere più frequente perché si formano con facilità nodi composti da pelo e materiale della lettiera, situazione che rende necessario un intervento più radicale con pettini in metallo a denti smussati o addirittura la tosatrice elettrica: se non avete esperienza, fatevi aiutare dal toelettatore o dal veterinario perché la cute del coniglio è molto delicata. Non utilizzate mai le forbici perché potreste

causare lesioni importanti. L'ingestione di nodi di pelo è anch'essa una circostanza potenzialmente dannosa.

### **La cavia**

In questa specie esistono diverse tipologie di mantello. Le cavie "nude", lo dice il nome stesso, non hanno problemi di muta, semmai al contrario richiedono un occhio di riguardo in più per quanto concerne la termoregolazione e di conseguenza, la temperatura ambientale. Le cavie a pelo corto, nella loro varietà inglese (pelo liscio) e abissina (pelo ruvido con rosette), compiono in genere una muta "tranquilla" e non hanno necessità di grande manutenzione, se non una spazzolata quotidiana, soprattutto in quel particolare periodo. Al contrario le cavie a pelo lungo, il cui mantello è composto da peli che possono superare i 20 cm di lunghezza, richiedono molte più attenzioni già di per sé, in quanto non è rara la formazione di nodi e l'incarceramento di parti di lettiera e feci in mezzo ai nodi stessi, figuriamoci durante la muta.



## Il cincillà

Il mantello del cincillà è veramente particolare: folto e morbido. A differenza degli altri animali, ogni follicolo pilifero di questo roditore erbivoro può ospitare fino a 50 peli... è proprio questa caratteristica che gli consente di avere una pelliccia così densa. Se volete spazzolare il cincillà per mantenere ancor più in ordine e lucente il mantello soprattutto durante la muta, fate attenzione a essere estremamente delicati e abituare l'animale fin da piccolo: il suo pelo (anche quello vivo e vegeto) viene via con estrema facilità (*fur slip*) nel caso di uso di strumenti aggressivi, di eccessiva trazione o anche solo in conseguenza di stress.

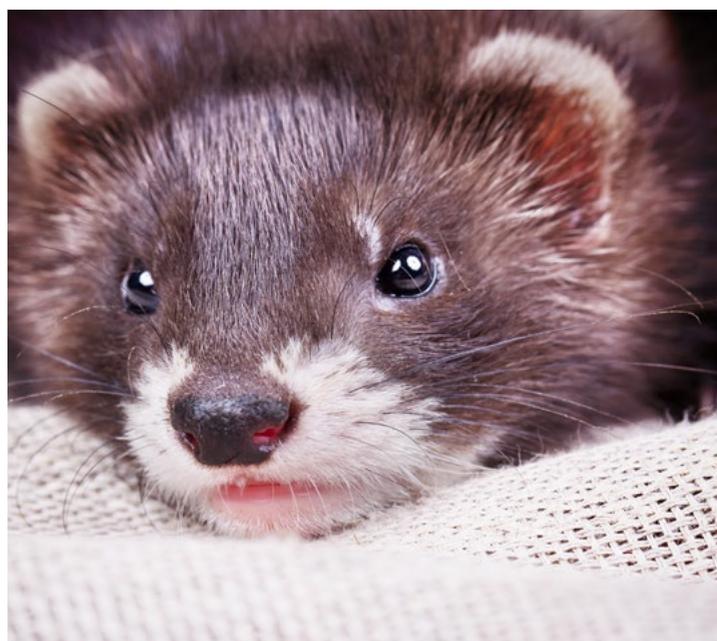
### ATTENZIONE AL FUR SLIP NEL CINCILLÀ

Il cincillà mostra un particolare meccanismo di difesa che viene denominato "*fur slip*" ovvero una strategia che gli permette di sfuggire al predatore: se afferrato per la pelliccia, il pelo viene via. L'aggressore rimane così con un pugno di pelo tra le fauci, dando modo al cincillà di fuggire. Di conseguenza, mai tirare o sollevare l'animale per il pelo che vi rimarrebbe in mano, lasciando sul corpo del roditore una bella chiazza di pelle nuda. Il pelo ricrescerà naturalmente ma vi trovereste a esporre un pet segnato da un grave inestetismo per un bel po' di tempo e il difetto di certo non sfuggirà all'occhio attento dei clienti.

## Il furetto

La muta nel furetto avviene due volte l'anno: in autunno, per prepararsi alle temperature invernali più basse, e in primavera, per togliersi di dosso il "vestito pesante". In genere la muta si svolge con

una certa gradualità ma in alcuni soggetti può compiersi molto velocemente, addirittura nel giro di pochissimi giorni. Tra una muta e l'altra potrebbe variare non solo la lunghezza e la densità del pelo ma anche leggermente il colore o la tonalità del mantello così come il colore o il disegno della mascherina. Non è raro l'assottigliamento del pelo bilateralmente sui fianchi e sulla coda nel periodo estivo, da non confondere con la tanto temuta malattia surrenalica: in caso di dubbi, meglio rivolgersi al Medico Veterinario.



## Altri roditori

Anche gli altri roditori, siano essi mio-morfi (criceto, topo, ratto o gerbillo) o isticomorfi (come il degu), compiono la muta con regolarità ma le ridotte dimensioni e l'abitudine di "non stare mai fermi" rende sicuramente più difficile la manutenzione del pelo da parte della mano umana. In ogni caso, se abituati fin da piccoli, sempre con estrema delicatezza, anche loro possono essere aiutati durante la muta, magari spazzolando il loro mantello con piccoli strumenti, come ad esempio uno spazzolino da denti con setole morbide.





## CORALLI BEN SVILUPPATI IN 3 MESI

**Storia, metodologia e vantaggi del metodo Balling, che dai '90 promuove lo sviluppo rapido dei coralli in acquari marini tropicali**

**VALERIO ZUPO**

### Come nasce il metodo

Il nome ha un suono bizzarro nella nostra lingua ma il metodo nasce da alcuni studi di Hans-Werner Balling, il quale seguiva inizialmente i metodi proposti da un altro acquariofilo tedesco, Peter Wilkens, che già a metà degli anni '70 cercava di migliorare la crescita dei coralli utilizzando somministrazioni di calcio e carbonati, per facilitare la costruzione dello scheletro. Evidentemente si tratta di un metodo utile per promuovere una crescita rapida dei coralli nell'acquario marino tropicale. Utilizzando questo metodo, che si basava su somministrazioni goccia a goccia di una soluzione satura di idrossido di calcio attraverso un tubo sottile, si produceva anche un significativo aumento del pH. A metà degli anni '90 un altro tedesco, Ernst Pawlowsky introdusse un innovativo metodo di integrazione del calcio, presto diventato popolare negli Stati Uniti, basato su soluzioni di "Calcio parte A" e "Calcio parte B", in alternativa ai classici reattori di calcio, che non consentivano un dosaggio controllato dei diversi elementi essenziali per la vita dei coralli. Altro vantaggio importante era rappresentato dall'assenza di fosfati tra gli elementi aggiunti, al contrario dei reattori di calcio basati su sabbie coralline, che secondo la qualità dei carbonati utilizzati possono soffrire progressivamente di questa forma di inquinamento. Proprio in quel periodo, Balling cominciò a studiare un metodo alternativo, leggermente più complesso, basato su una tecnologia per dosare negli acquari di barriera alcuni elementi essenziali, come calcio e magnesio, mantenendo al contempo un'adeguata alcalinità. Quando il



*Tutti i coralli necessitano di concentrazioni bilanciate di alcuni elementi chiave*



metodo viene applicato in modo conveniente, i livelli dei principali elementi dovrebbero conservarsi costanti, con concentrazioni di calcio a 420 mg/l, magnesio a circa 1300 mg/l e alcalinità carbonatica a 7 dKH.

Questo almeno è quanto giurano gli appassionati che lo hanno applicato, aggiungendo che in queste condizioni, e con minime aggiunte di oligoelementi (iodio, ferro, stronzio e altri metalli in tracce), gli SPS raddoppiano il numero di polipi in soli tre mesi e la loro colorazione si mantiene viva e attraente.

## Come si procede

Il metodo è ovviamente applicabile ad acquari marini tropicali contenenti coralli e prevede somministrazioni controllate di cloruro di calcio, cloruro di magnesio e bicarbonato di sodio. Esistono tuttavia molte variazioni sul tema (come accade sempre, quando si parla di "metodi") che presentano ad esempio (in una o due fasi, come ulteriore complicazione), la somministrazione controllata di cloruro di calcio, carbonato di sodio, cloruro di magnesio e solfato di magnesio. In pratica si tratta di

sostituire il classico reattore di calcio con alcune pompe dosometriche, che trasportino quantità convenienti delle diverse soluzioni elementari. Il cloruro di calcio e il carbonato di sodio integrano calcio e alcalinità, rispettivamente, ed entrambi sono indispensabili per far crescere le strutture dure di vari organismi con scheletro calcareo, come Acropora ed altri coralli duri. Le soluzioni di cloruro di magnesio e solfato di magnesio sono spesso abbinate in un'unica tanica, riuscendo così a mantenere nel limite di tre le soluzioni liquide da aggiungere mediante dosometriche. Un esempio delle soluzioni da preparare (o da acquistare già pronte presso rivenditori specializzati) e stoccare in tre piccole taniche da disporre sotto l'acquario è il seguente:

Tanica 1 – soluzione di calcio: calcio + stronzio + ferro + zinco

Tanica 2 – soluzione alcalinità: carbonato di sodio + iodio

Tanica 3 – soluzione di magnesio: magnesio + sale senza NaCl

È possibile inoltre, come dicevamo sopra, conoscendo le dosi (minime) che si desidera aggiungere, aggiungere alcuni oligoelementi comprendenti fonti di carbonio organico e amminoacidi oltre a ferro, bario, cromo, iodio, zinco, cobalto, nichel, rame, potassio e stronzio. Alcune

variazioni sul tema (come la cosiddetta *Balling Light*) eliminano dell'ultima soluzione il cloruro di sodio, perché questo col tempo (soprattutto se non si effettuano frequenti cambi parziali) induce squilibri nella composizione salina dell'acqua di mare e aumento incontrollato della densità. A questo punto basta applicare una pompa dosometrica a tre vie, collegata ai tre tubicini provenienti dalle tre taniche, per iniziare immediatamente le somministrazioni di elementi essenziali e verificarne gli effetti sui coralli.



Il metodo *Balling* permette di distribuire in modo controllato tre soluzioni elementari

**Il Metodo *Balling* è utile per promuovere una crescita rapida dei coralli nell'acquario marino tropicale**



## Dosaggio e controllo

Ora che abbiamo un sistema pronto possiamo dosare. Tuttavia non è facile conoscere le quantità esatte di elementi da aggiungere nell'unità di tempo. Quando applichiamo un reattore di calcio, ad esempio, possiamo abbastanza genericamente dosare la quantità di  $\text{CO}_2$  per ottenere un effetto, ma in questo caso la precisione assoluta del controllo tipica del metodo corrisponde anche a evidenti rischi per la salute dell'acquario: potremmo somministrare troppi nutrienti e sbilanciare totalmente la composizione salina dell'acqua di mare! Per questo motivo è strettamente consigliato utilizzare soluzioni commerciali, secondo i metodi Balling proposti da varie aziende del settore, perché questo garantisce una verifica esperta almeno all'origine del proprio operato.

Una alternativa, per gli ossessionati dal fai-da-te, è quella di utilizzare dei calcolatori di chimica dell'acqua presenti in rete. Potreste ad esempio provare quello sul sito:

<http://reef.diesyst.com/chemcalc/chemcalc.html>

Utilizzando questi calcolatori e partendo dai livelli misurati di calcio, alcalinità e magnesio, potrete scegliere i prodotti di base da usare (commerciali o da comprare in farmacia) e definito il volume dell'acquario, leggere esattamente le istruzioni per il dosaggio. Si consiglia di riferirsi a questo tipo di ausili, se si desidera ottenere risultati professionali senza troppo sforzo. È fondamentale, infatti, raggiungere le giuste proporzioni di elementi per evitare precipitazioni e sbilanciamento ionico.

Integratori bilanciati, come la *kalkwasser*, utilizzano un rapporto 1:1 di calcio e alcalinità (20 ppm corrispondono a 2,8 punti di KH). Rendono "facile" il dosaggio, perché forniscono un rapporto fisso di calcio e alcalinità. Al contrario, il cloruro di calcio o il carbonato di sodio utilizzati nel metodo Balling possono creare potenziali problemi perché in questo caso possiamo regolare a piacere il calcio e l'alcalinità e raggiungere indipendentemente livelli anche molto elevati: si tratta di un metodo potente ma pericoloso per i meno esperti.

Si basa su una tecnologia per dosare elementi essenziali come calcio e magnesio, in adeguata alcalinità

## Conclusioni

Non andremo oltre nella descrizione del metodo, perché troverete centinaia di siti web ove approfondire l'argomento, se di vostro interesse. Qui ci premeva descrivere l'attrezzatura di base (che evidentemente è costituita da una pompa peristaltica a tre vie e tre semplici taniche, oltre alle soluzioni liquide) e le condizioni generali di gestione, in modo da orientare le vostre scelte. Senza dubbio stiamo parlando di un metodo molto potente e i risultati in termini di crescita dei coralli sono generalmente evidenti. Tuttavia si tratta, com'è ovvio, di una manipolazione profonda degli equilibri chimici in acquario e non riteniamo che esistano ancora prove sufficienti per dimostrare che il suo utilizzo prolungato non produca stress agli organismi allevati. A voi la scelta, dunque, ora che avete appreso i rudimenti della tecnica e siete pronti ad approfondirla.



Pesci e invertebrati vivono bene in un acquario munito di sistema Balling di somministrazione degli elementi





## LA RICCIA, PIANTA SCENOSA E VERSATILE

***Riccia fluitans* in natura galleggia a pelo d'acqua o ricopre rocce e radici sommerse, l'adattabilità è la chiave del suo successo**

**ALESSANDRO MANCINI**

### Protagonista da primo piano

La “Riccia” (*Riccia fluitans*) appartiene alle Epatiche, piante primitive affini ai muschi e come questi prive di vere radici e di vasi conduttori. Tende a svilupparsi in ammassi galleggianti in acqua libera o a ricoprire strisciando (a tappeto o a cespuglio) in aree sommerse idonee allo scopo, come rocce e tronchi. Non è un caso, dunque, se con l'accresciuta disponibilità di rocce e legni ornamentali per arredare gli acquari è aumentata anche l'offerta di questa specie, un tempo limitata alle sole vaschette per la riproduzione. È inoltre ideale per il primo piano, opportunamente cimata, ed è in quest'ultima forma che viene sempre più spesso impiegata negli acquari di piante per ricreare densi tappeti verdi o siepi molto suggestive. La forma galleggiante riesce con facilità a crescere adagiata sotto il pelo dell'acqua perché il tallo è dotato di camere aerifere piene di gas, analogamente alle piante galleggianti superiori. Questa forma è quasi priva di rizoidi (pseudoradici), numerosi invece nelle forme che crescono abbarbicate a un substrato: in tal caso, essi si trovano sulla faccia inferiore del tallo. I parametri chimici non sono particolarmente determinanti per la crescita della pianta, è però sempre preferibile un pH leggermente aci-

**La forma galleggiante cresce sotto il pelo dell'acqua perché il tallo ha camere aerifere piene di gas**



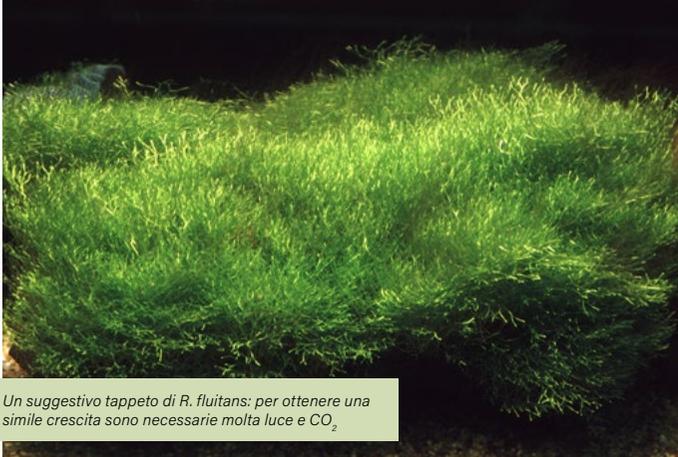
Suggestivo cespuglio su legno

do o neutro (6,8-7), nonché una durezza intorno ai 10 °dGH. La luce, per ottenere degli esemplari resistenti e ben sviluppati, deve essere intensa. Fondamentale è una regolare distribuzione di CO<sub>2</sub> per assicurare una concentrazione di questo gas, ai valori di pH e durezza ottimali per *R. fluitans*, intorno ai 12-16 mg/l.

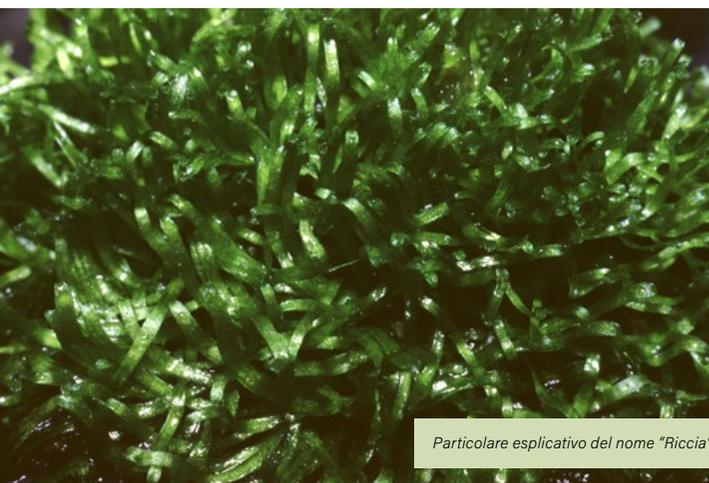


## Piccola e versatile

I suoi intricati grovigli sono un nascondiglio ideale per gli avannotti, che vi trovano, oltre che un sicuro rifugio, anche prezioso cibo vivo rappresentato dalla ricca microfauna associata. Un utilizzo classico è nelle vasche che ospitano pesci come i gurami e il combattente, che usano i talli galleggianti come base o complemento per i loro nidi di schiuma. Ultimamente, però, l'impiego più "gettonato" dagli acquariofili è come pianta corticicola o lapidicola, cioè che cresca su un substrato di tipo legnoso (radici, sughero, canne) oppure su roccia. In commercio si trovano sempre più spesso rocce e legni già ben colonizzati da *R. fluitans*, altrimenti (con un po' di pazienza e un minimo di abilità) è possibile realizzarli in proprio, disponendo di porzioni di cespuglio provenienti ad esempio dalla potatura di qualche vasca. La fase di insediamento, che può richiedere alcune settimane, è molto delicata perché i singoli talli si staccano facilmente: andrebbe perciò effettuata in assenza di pesci (soprattutto di fondo) e gamberetti. Questa versatile pianticella può servire anche da elemento principale di un "prato", di cui costituirà la parte frontale e intermedia, lasciando lo sfondo a specie più alte come ad esempio *Eleocharis acicularis*, *Rotala rotundifolia* o *Hygrophila polysperma*. Alcune



Un suggestivo tappeto di *R. fluitans*: per ottenere una simile crescita sono necessarie molta luce e CO<sub>2</sub>



Particolare esplicativo del nome "Riccia"

Nei suoi intricati grovigli si rifugiano gli avannotti che si cibano della ricca microfauna associata

serre offrono appositi "inneschi", costituiti da porzioni di Riccia ben attecchite su reticelle metalliche rigide di forma rettangolare, modulari e adagiabili sulla sabbia: in condizioni ottimali, i talli periferici prolifereranno verso l'esterno, ricoprendo in breve tempo la superficie sabbiosa circostante.

## CONSIGLI IN PILLOLE

- ◆ La temperatura ideale per la coltivazione è sui 22-25 °C, con un margine di tolleranza, in più o in meno, di 3-4 °C; temperature sensibilmente più basse ne inibiscono lo sviluppo, valori troppo elevati invece fanno sì che *R. fluitans* produca talli sempre più esili e chiari.
- ◆ Sotto un'illuminazione intensa bisogna tenere sotto controllo la proliferazione algale, che può danneggiare soprattutto gli esemplari in fase di acclimatazione.
- ◆ Per legarla ai vari substrati, è consigliabile impiegare del filo di nylon o una reticella sottile, ad esempio di quelle usate per i capelli.
- ◆ Durante la fase di attecchimento al substrato molti talli possono staccarsi e fluttuare in acqua libera, rischiando di otturare le griglie dei filtri che vanno quindi frequentemente controllate.





## IL CACATUA DAL CIUFFO ROSA

**Maggiore Mitchell o Leadbeater che dir si voglia, questo variopinto uccello è curioso, giocherellone e persino gran ballerino!**

**GIANNI RAVAZZI**

Il cacatua di Leadbeater, in omaggio al naturalista inglese Benjamin Leadbeater, è anche noto come cacatua del Maggiore Mitchell, nome dell'esploratore che per primo lo osservò durante una spedizione nelle zone semi-desertiche dell'interno dell'Australia. Si tratta di un cacatua immediatamente riconoscibile per il poderoso ciuffo erettile roseo alla base che presenta quattro bande orizzontali che si susseguono: rossa, gialla, rossa e nuovamente rosa.



*Il gioco con i sassi è uno dei divertimenti maggiori di questa specie*

### **Descrizione e dimorfismo sessuale**

Inconfondibile cacatua dal mantello rosato, con taglia attorno ai 35-38 cm e peso tra i 360 e i 480 g, il suo piumaggio base è di un pastoso color bianco-rosa sfumato, con molto rosa sul collo, capo e petto.

Il ciuffo erettile è ampio, ricco, appariscente e coloratissimo, come si nota al meglio quando eretto. All'attaccatura del capo ci sono le penne che coprono parte del ciuffo quando non è eretto che sono di un bel rosa intenso: in mezzo a queste si trovano le penne del ciuffo vero e proprio, lunghe e coloratissime. Il becco è chiaro, le zampe grigio-rosate. Gli occhi sono cerchiati da un anello di pelle chiara e hanno iride nerastra nel maschio adulto, arancio nella femmina adulta e bruna nei soggetti immaturi.

Presenta un certo dimorfismo sessuale: infatti, oltre alla differenza di colore dell'iride, la banda colorata del ciuffo della femmina è più ampia di quella del maschio e sale di più verso la parte terminale del ciuffo. Inoltre la banda gialla, tra le due bande rosse, nella femmina è nettamente più decisa e vistosa che nel maschio.



Secondo alcuni autori è specie monotipia, altri ne classificano due sottospecie: \* *L. o C. l. leadbeateri* (Vigors, 1831), specie di riferimento, è diffusa nella zona centrale e orientale dell'Australia; \* *L. o C. l. mollis* (Vigors, 1831), che abita le zone più occidentali dell'areale distributivo, si caratterizza con una differenza abbastanza evidente rispetto alla specie di riferimento; il ciuffo ha il rosso della banda centrale più acceso e la zona gialla della stessa molto chiara e ridotta di dimensione nelle femmine e quasi assente nei maschi.

### Aree di diffusione naturale

Abita tutte le zone di pianura con savane, boscaglie di acacia o foreste a galleria non fitte di tutti i territori interni dell'Australia. Le attività agricole e soprattutto quelle dell'allevamento ovino e bovino, con la costruzione di pozzi e abbeveratoi, ne hanno sostenuto la crescita numerica per parecchi anni.

**Attenzione ai segnali di aggressività nei maschi verso le femmine in ambito riproduttivo: possono uccidere**

Poi l'eccessiva presenza umana dei suoi habitat, l'abbattimento degli alberi siti di nidificazione e il disturbo portato dalle nostre attività hanno cominciato a incidere negativamente ed è iniziata la diminuzione numerica delle popolazioni. È ancora un cacatua abbastanza comune in molte zone del suo areale distributivo originario e non ancora in pericolo di estinzione, ma in alcuni ambienti, è passato da comune a piuttosto raro e quindi possiamo considerarlo come localmente comune o localmente in declino a seconda della zona di diffusione presa in esame. È incluso in allegato B CITES.



La tipica colorazione del petto e il ciuffo "a riposo"

### Diffusione in ambiente controllato

È specie molto amata e piuttosto diffusa nonostante abbia costi impegnativi. Il costo di una coppia riproduttiva è molto superiore al triplo o al quadruplo del costo di un soggetto singolo: questo perché le coppie affiatate e riproduttive non sono facili da costruire, a volte è necessa-

### GRANDI BALLERINI

Come tutti i cacatua, anche i papagalli di questa specie se si fa loro ascoltare ogni tipo di musica hanno la tendenza a cominciare a muoversi al ritmo della musica stessa fino a sembrare veramente dei ballerini che non perdono mai il tempo: sollevamenti delle zampe sul posatoio; ondulazioni del collo; sollevamento e abbassamento ritmato del ciuffo erettile; allargamento a ventaglio e restringimento della coda.



rio cambiare più partner a un maschio o a una femmina per trovare quello giusto. Molto importante anche porre attenzione ai segnali di aggressività di alcuni maschi che potrebbero arrivare persino all'uccisione della femmina.

Nel periodo riproduttivo, quando il maschio è pronto all'accoppiamento, tende a essere geloso della compagna e se questa non lo asseconda può cominciare a dare segni di insofferenza che sfociano in vere e proprie aggressioni.

Se si nota che il maschio insegue spesso la femmina, la becca sul capo e tenta di aggredirla quando questa si avvicina al nido, è fondamentale separare la coppia e valutare se valga la pena riunirli, lasciando la femmina per un po' in una voliera e poi trasferendovi il maschio, in modo che questi si senta ospite e non padrone di casa, oppure se cercare nuovi partner per entrambi i soggetti.

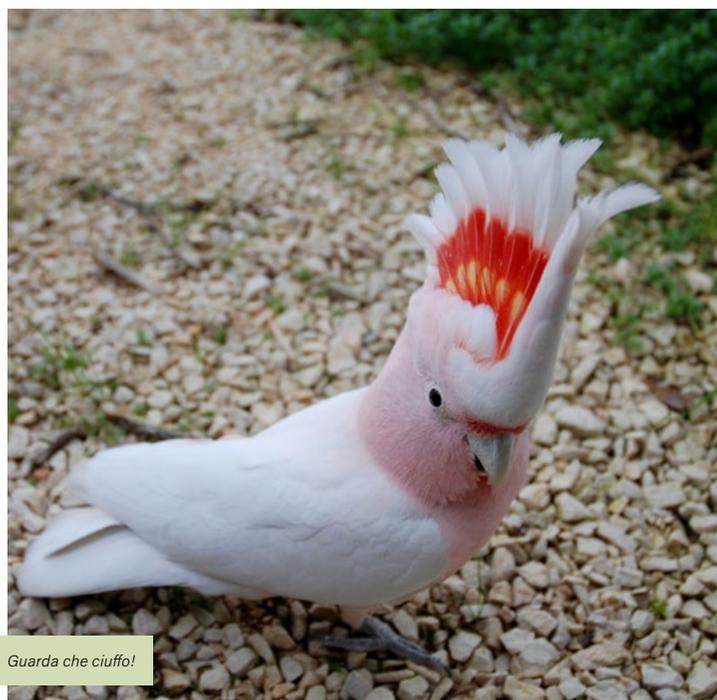
#### Classificazione scientifica

Classe	<i>Aves</i>
Ordine	<i>Psittaciformes</i>
Famiglia	<i>Cacatuidae</i>
Sottofamiglia	<i>Cacatuiinae</i>
Genere	<i>Lophochroa (Cacatua)</i>
Specie	<i>L. leadbeateri (C. leadbeateri)</i>

### Alimentazione

Come tutti i cacatua l'ideale è una dieta varia che abbia come base una miscela di sementi secche e un buon estruso o pellettato.

La miscela di sementi indicativamente potrebbe essere composta di scagliola (35%), miglio bianco (20%), grano saraceno (10%), girasole striato piccolo (10%), canapa (5%), girasole bianco (5%), avena decorticata (5%), cartamo (5%), bacche di ginepro (1%), peperoncino piccante (1%), pinoli (1%), noci gheriglio (1%), bacche di rosa canina essiccate (1%).



Guarda che ciuffo!

L'estruso o pellettato deve avere una formulazione specifica per cacatua, con un apporto proteico tra il 14% e il 16%, una quantità di grassi non superiore al 6% e deve essere integrato con vitamine e sali minerali.

**Sono molto curiosi e tendono a spostare ogni oggetto che preso con la zampa o col becco sia sollevabile**

Indispensabile poi fornire quotidianamente una porzione di frutta e verdura fresche; sempre ottime mele, pere, uva, ciliegie, banana, anguria (di cui rosicchiano volentieri anche la buccia), ananas, agrumi (in particolare mandarini e mandaranci, ma anche arance vaniglia), melegrane aperte (che permettono il gioco di estrarre i singoli chicchi).

Tra le verdure questa specie adora il finocchio, le insalate verdi dure (catalogna, cicoria) e le erbe prative come il tarassaco. Ottimi anche zucchini, sedano, cetrioli, carote e baccelli di piselli freschi che vengono letteralmente divorati.



Una vera leccornia per i cacatua, ma anche un ottimo alimento, sono le pannocchie di mais con il chicco ancora lattiginoso e le spighe di sementi fresche (panico, miglio, sorgo). Anche i girasoli con i semi ancora morbidi (quando i petali cominciano ad appassire) sono un buon alimento e un divertente gioco...

### PAPPAGALLI RUMOROSI

Questa specie è estremamente rumorosa: emettono grida molto forti e ripetute che fanno parte del loro normale comportamento e che quindi difficilmente possono essere limitate. Sono soliti accompagnare ogni loro movimento con emissione di gridolini, fischi, schiamazzi e ogni sorta di rumore molesto che ascoltano e imparano a ripetere con grande facilità.

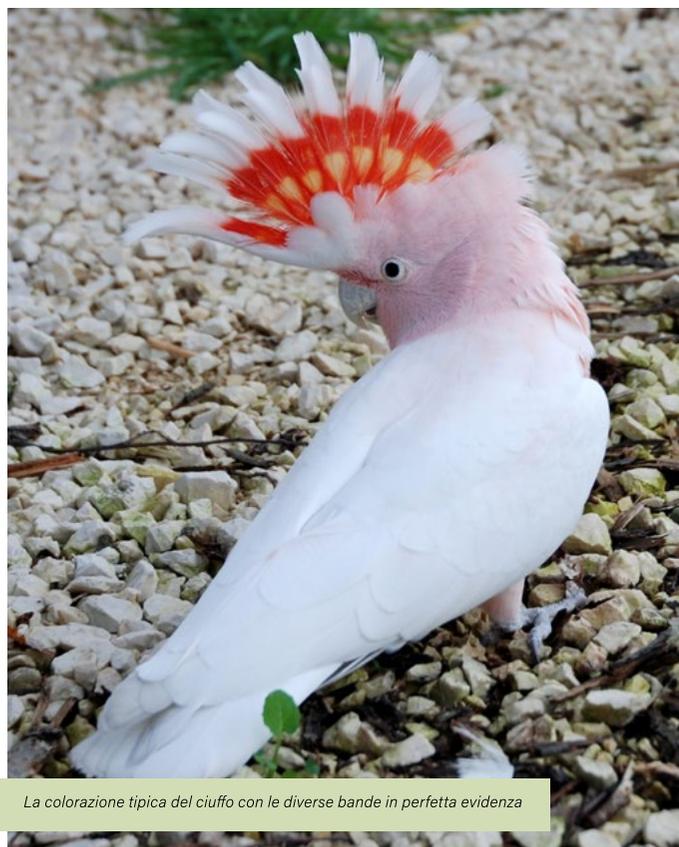
### L'importanza dei giochi

Tutti i cacatua amano molto giocare. In genere rosicchiare è una delle attività preferite: va dunque benissimo mettere a loro disposizione dei rametti di legno fresco, sia in gabbia sia in voliera, con cui si divertiranno e contemporaneamente gli forniranno ottimo materiale da portare nel nido (in caso di coppie in riproduzione).

Non si deve dimenticare che i cacatua sono molto curiosi e tendono a saggiare la resistenza di ogni cosa che gli arrivi a portata di becco e a spostare ogni oggetto che preso con la zampa - o ancora con il becco - sia sollevabile: sono più forti di quanto si potrebbe pensare! Per questo è bene non inserire negli alloggi giochi di materiale facile da sbriciolare o dannoso per la salute se ingerito. Si sceglieranno solo giochi in legno e corda oppure in acciaio.

Si possono considerare giochi anche alcuni alimenti integrativi: per esempio l'osso di seppia, da appendere con un filo di acciaio alla rete della voliera o alle sbarre della gabbia, oppure i ciuffi di erbe prative (tarassaco e centocchio bianco) o pezzetti di pane secco, biscotti o brioches infilati nelle rastrelliere, che, gli uccelli, si divertono a rosicchiare indipendentemente dal bisogno di cibo.

Alcune aziende oggi producono particolari stick e snack, di buona qualità come alimenti, che si prestano ad essere considerati sia un cibo integrativo sia un gioco; gli stick perché hanno l'anima di legno che li sorregge e che i pappagalli, una volta consumato il cibo, rosicchiano tenendo il bastoncino saldamente con una zampa; gli snack, perché hanno forme e colori particolari che attirano il pennuto. Il cacatua di Leadbeater ama anche giocare con i sassi che solleva con il becco e sposta o lascia cadere mentre allegro alza e abbassa il suo maestoso ciuffo.



La colorazione tipica del ciuffo con le diverse bande in perfetta evidenza



# BACHECA

CLASSIFIED ADS

## LAVORO/OFFERTA

### Vitakraft Italia / venditore diretto



Vitakraft Italia Spa, azienda leader nel settore dei prodotti di alta qualità per animali da compagnia, facente parte della multinazionale tedesca Vitakraft, per sviluppo della propria rete vendita, ricerca con urgenza Venditore Diretto Lombardia per il canale pet shop, garden, agrarie, grossisti, ecc.

Si rivolgono a:

- venditori e/o agenti di commercio specialisti di settore o con esperienza in settori analoghi,
- appassionati di animali, residenti possibilmente nella provincia di Milano

Competenze richieste:

- capacità comunicative e relazionali,
- forte orientamento al risultato,
- dinamicità e proattività.

Cosa offrono:

- assunzione a tempo pieno contratto Terziario-Commercio,
- contratto a tempo determinato o indeterminato in funzione della propria esperienza
- retribuzione fissa commisurata all'effettiva esperienza e professionalità maturata,
- più incentivi variabili al raggiungimento di obiettivi concordati,
- rimborso a piè di lista per spese inerenti l'attività,
- auto aziendale in uso promiscuo, telefono, pc portatile.

#### Info

inviare CV all'indirizzo e-mail [info@vitakraft.it](mailto:info@vitakraft.it) (inserendo nell'oggetto VENDITORE LOMBARDIA)

### Monge / agente di commercio



Azienda leader nel mercato pet food in Italia e nel mondo, proprietaria dei marchi Monge Natural Superpremium, BWild, Vet Solution, Gemon, Lechat e Special Dog Excellence in forte crescita di fatturato dal 2000 ad oggi e con ambiziosi obiettivi per il triennio 2020/2022, ricerca agenti nel canale specializzato per potenziare ulteriormente la propria organizzazione di vendite nella regione Toscana.

È previsto un interessante trattamento provvigionale e incentivi legati a obiettivi di vendita in grado di soddisfare le candidature più autorevoli, anche come monomandatari; oltre a un adeguato periodo di formazione nel "Campus Monge".

#### Info

tel. 0172747111 /  
inviare CV a [info@monge.it](mailto:info@monge.it)

### Monge / capo area specialist

Leader nel mercato pet food in Italia e 23° azienda nel mondo, proprietaria dei brand Monge Superpremium, Gemon, Excellence, Lechat, Special Dog, Lechat Natural, Gran Bontà, Simba, in forte crescita di fatturato dal 2000 a oggi e con ambiziosi obiettivi per il 2020/2022, ricerca, per il potenziamento della propria rete commerciale, un dinamico: Capo Area Specialist per le regioni Lazio, Abruzzo e Molise.

La risorsa, a diretto riporto della Direzione Vendite Specialist, avrà la piena responsabilità nel raggiungimento dell'obiettivo di fatturato sviluppato nell'area di competenza attraverso la gestione diretta di agenti mono/plurimandatari operanti sul territorio nel canale specializzato. Si occuperà di affiancare, motivare e coordinare il team dei venditori, nonché di promuovere direttamente i prodotti presso i clienti.

Requisiti:

- laurea o diploma;
- eventuale esperienza nella gestione di risorse umane;
- ottime doti motivazionali ed organizzative e di leadership;
- spiccata attitudine alla vendita e alla trattativa;
- forte orientamento al raggiungimento degli obiettivi;
- buona conoscenza dei principali tools informatici di Office, in particolare di Excel.

Completano il profilo professionalità acquisita sul campo, conoscenza del settore, capacità di pianificazione e organizzazione, ottime doti comunicative, dinamismo e forte motivazione, orientamento ai risultati con capacità di negoziazione.

Sarà previsto un adeguato periodo di formazione nel "Campus Monge" prima dell'inserimento sul territorio.

L'inquadramento prevederà un contratto a tempo indeterminato e sarà commisurato al profilo e all'esperienza del candidato. È prevista la dotazione di auto aziendale e tutti gli strumenti necessari allo svolgimento del lavoro (tablet e cellulare) nonché la partecipazione ad un significativo sistema di incentivazione.

Il presente annuncio si rivolge a candidati di ambo i sessi (L. 903/77). I dati saranno trattati ai sensi dell'art. 13 del d.lgs. 196/03.

**Info:** tel. 0172747111 / inviare CV a [info@monge.it](mailto:info@monge.it)

### Azienda / agenti

Azienda di guinzaglieria artigianale di ottima qualità cerca su tutto il territorio nazionale agenti plurimandatari. Offresi ottime provvigioni.

#### Info

cell. 3315001724 Sig. Davide

### Nobby Italia / agenti plurimandatari

Marchio leader europeo nel settore degli accessori ricerca agenti plurimandatari per zone libere sul territorio. Si richiede serietà ed esperienza nel settore pet.

**Info:** inviare CV a [nobbyitalia@emiliosrl.it](mailto:nobbyitalia@emiliosrl.it)



## **Chemi-Vit / agenti**

Azienda di livello internazionale, leader nella produzione di pet food, nel quadro del suo sviluppo e al fine di rafforzare ulteriormente la rete di vendita sul territorio nazionale cerca agenti commerciali per le seguenti aree territoriali: Lazio - Abruzzo - Piemonte - Liguria - Bergamo - Brescia - Mantova - Friuli Venezia Giulia.

Si richiede:

- esperienza pregressa nel settore;
- massima serietà;
- forte motivazione al raggiungimento degli obiettivi;
- autonomia organizzativa in linea con le strategie aziendali;
- ottime capacità di comunicazione e relazionali;
- utilizzo dei principali strumenti di comunicazione informatica.

Si offre:

- pacchetto di prodotti innovativi dall'alto profilo tecnico-scientifico supportati da ricerche scientifiche documentabili e da numerose e originali iniziative commerciali;
- ottime opportunità di crescita professionale;
- reali possibilità di sviluppo e di guadagno;
- provvigioni di sicuro interesse;
- formazione costante sui prodotti in vendita;
- importanti supporti commerciali e di marketing (sell-in e sell-out).

**Info:** inviare CV a [info@chemivit.com](mailto:info@chemivit.com)

## **Prodac international / agenti plurimandatari**

Azienda di produzione e leader nel settore dell'acquariologia dal 1976 cerca agenti plurimandatari per il canale specializzato. Si richiede posizione Enasarco e conoscenza del settore.

È previsto un interessante trattamento provvigionale, incentivi fatturato e formazione presso Prodac.

**Info:** inviare CV a [info@prodac.it](mailto:info@prodac.it) / tel. 0495971677

## **Paku / agenti plurimandatari**

Brand di alimenti e snack per cani e gatti 100% made in Italy, ricerca agenti di commercio per il potenziamento della propria rete vendita nel settore pet. Si richiede esperienza nella vendita nel canale specializzato e forte motivazione nel raggiungimento degli obiettivi. Sono previsti interessanti trattamenti provvigionali.

**Info:** inviare CV a [posmafood2018@gmail.com](mailto:posmafood2018@gmail.com)

## **Diusapet / agenti plurimandatari**

Società leader nella produzione di alimenti per cani e gatti, in forte espansione, ricerca agenti plurimandatari per la propria rete commerciale nel Nord Italia. Si richiedono esperienza maturata nel settore, professionalità, spiccata attitudine alla vendita e alla trattativa e forte orientamento agli obiettivi.

**Info:** inviare CV a [paolo.b@diusapet.com](mailto:paolo.b@diusapet.com) / cell. 3465180729

## ATTIVITÀ E ATTREZZATURE / OFFERTA

### **Cedesi / attività**

Vendesi causa motivi di salute, avviatissima attività di pet shop con toelettatura annessa situato in provincia di Pavia

#### **Info**

■ mandare un SMS al numero: 339591634

### **Cedesi / attività**

A Milano zona San Siro, cedesi attività di oltre 30 anni, pet shop con annessa toelettatura. Prezzo euro 30.000

**Info:** Gerry cell. 3331303748

## COME PUBBLICARE UN ANNUNCIO

LA BACHECA è una rubrica di annunci gratuiti a disposizione di tutti gli operatori. Il testo va inviato via e-mail ([info@zampotta.it](mailto:info@zampotta.it)) precisando se nell'annuncio devono comparire i vostri dati oppure se desiderate restare anonimi. Tutti gli annunci, anche quelli anonimi, devono essere completi di nome, cognome, indirizzo, telefono ed eventualmente fax ed e-mail. La redazione si riserva il diritto di accettare la pubblicazione degli annunci. Zampotta Pet Business offre esclusivamente un servizio, non riceve provvigioni sulle contrattazioni, non effettua commerci, non è responsabile per la qualità, la provenienza e la veridicità delle inserzioni.



# CONTATTI

BUSINESS CONTACTS

## Legenda



### ACQUARI & CO. / FISH & CO.

-  **Acquariolandia Italia** **tel. e fax 024598320**  
Via F. Rismondo, 119 - 20153 Milano  
acquariolandia@tiscali.it
-  **All Pet S.r.l.** **0296450470**  
**fax 0296450464**  
Via Trieste, 603 - 21042 Caronno Pertusella (VA)  
www.allpet.it - info@allpet.it
-  **Also S.r.l.** **090632636**  
**fax 0906258082**  
SS 114 km - 4,260 Contesse - 98125 Messina  
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it
-  **Aquaria Tech** **0803540025**  
**fax 0803522501**  
Via G. Tauro, 3/E - 70124 Bari  
www.aquariattech.com - office@aquariattech.com
-  **Aquaristica S.r.l.** **0516814188**  
**fax 0516814294**  
Via A. Labriola, 10/12 - 40010 Sala Bolognese (BO)  
www.aquaristica.it - aquaristica@aquaristica.it
-  **Aquatronica** **05221472375**  
Via Garonna, 2/B - 42124 Reggio  
www.aquatronica.com - info@aquatronica.com
-  **Aquili Andrea** **tel. e fax 0731288091**  
Via Abruzzi, 10 - 60030 Monsano (AN)  
www.aquili.it - info@aquili.it
-  **Askoll Uno S.r.l.** **0444930260**  
**fax 0444930380**  
Via Industria, 30 - 36031 Povolara di Dueville (VI)  
www.askoll.com - askoll@askoll.com
-  **Bionatura Impianti S.r.l.** **0399241247**  
**fax 0399201971**  
Via Alpi, 5 - 23873 Missaglia (LC)  
www.bionaturaimpianti.it - info@bionaturaimpianti.it
-  **CE.A.B. di Ferrari Pierluigi** **0302667121**  
**fax 0302168469**  
Via Pietro Rescatti, 20 - 25124 Foltziano (BS)  
www.ceabacquari.it - info@ceabacquari.it
-  **Croci S.p.a.** **0332870860**  
**fax 0332462439**  
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)  
www.croci.net - info@croci.net
-  **Elos S.r.l.** **0457952142**  
**fax 0456371815**  
Via Torricelli, 32 - 37067 Valeggio sul Mincio (VR)  
www.eloseurope.com - info@eloseurope.com
-  **Ferplast S.p.a.** **0445429111**  
**fax 0445429115**  
Via I Maggio, 5 - Z.I. - 36070 Castelgomberto (VI)  
www.ferplast.com - info@ferplast.com
-  **Hydor S.r.l.** **04248877**  
**fax 0424887887**  
Via Voiron, 27 - 36061 Bassano del Grappa (VI)  
www.hydor.com - info@hydor.com
-  **Iemmi Ermanno** **tel. e fax 059386076**  
Via Viazza, 120 - 41010 Ganaceto (MO)  
www.iemmiermannocquari.com - iemmi.ermannoc@tiscalinet.it
-  **Kuda Tropical Fish S.r.l.** **0373234461**  
**fax 0373236714**  
Via delle Industrie, 34 - 26010 Bagnolo Cremasco (CR)  
www.kudafish.it - info@kudafish.it
-  **Oase Italia S.r.l.** **0424590866**  
**fax 0424827342**  
Via delle Industrie, 16 - 36050 Cartigliano (VI)  
oase-livingwater.com - info.it@oase-livingwater.com
-  **Pineta Zootecnici** **tel. e fax 0522553616**  
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia  
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
-  **Porsa Italy S.r.l.** **0302650248 - 0302150016 - 0302650211**  
**fax 0302151221 - 0302158315**  
Via Romolo Bessi, 210 - 25135 Sant'Eufemia (BS)  
www.porsaitaly.com - info@porsaitaly.com

-  **Pro.D.Ac. International S.r.l.** **0495971677**  
**fax 0495971113**  
Via Padre Nicolini, 22 - 35013 Cittadella (PD)  
www.prodacinternational.it - info@prodac.it
-  **Reef International S.a.s.** **0331792443**  
**fax 0331772839**  
Via Arconti, 11 - 21013 Gallarate (VA)  
www.reef-international.com - reefint@tin.it
-  **Rinaldo Franco S.p.a.** **0248376157**  
**fax 0241291840**  
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)  
www.recordit.com - record@recordit.com
-  **Spectrum Brands Italia** **0290448310**  
**fax 0290756096**  
Via Ludovico il Moro, 6 - 20060 Basiglio (MI)  
www.spectrumbrands.com - info@spectrumbrands.com
-  **TAF Trans Aquarium Fish** **0119866465**  
**fax 0119866143**  
Via Casale, 27 - 10060 Scalenghe (TO)  
www.tafsrl.to - info@tafsrl.to
-  **Teco S.r.l.** **0544408333**  
**fax 0544280084**  
Via A. Sansovino, 35 - 48124 Ravenna  
www.teconline.com - teco@teconline.com
-  **Trixie Italia S.p.a.** **0444835329**  
**fax 0444833352**  
Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI)  
www.trixie.de - info@trixie.it
-  **Velma Group S.r.l.** **0423715319**  
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)  
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
-  **Vitakraft Italia S.p.a.** **0759656601**  
**fax 0759656020**  
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)  
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
-  **Zolux Italia** **0516414318**  
Via Caduti di Amola, 17 - 40132 Bologna  
www.zolux.com - info@zolux.it

### CANI & GATTI / DOGS & CATS

-  **Adragna Alimenti Zootecnici S.r.l.** **092423013**  
**fax 092422424**  
Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP)  
www.adragna.net - info@adragna.it
-  **Affinity Petcare Italia S.r.l.** **0289633029**  
**fax 0266719002**  
Via F. Turati, 40 - 20121 Milano  
www.affinity-petcare.com
-  **Agras Delic S.p.a.** **010588586**  
**fax 010588914**  
Via Martin Piaggio, 13/A - 16122 Genova  
www.schesir.it - contact@agras-delic.com
-  **Aldog** **0363938698**  
Via Giacomo Gregis, 111 - 24050 Covo (BG)  
www.al-dog.it - webmarketing@al-dog.it
-  **Almo Nature S.p.a.** **010253541**  
**fax 0102535498**  
P.zza dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova  
www.almonature.eu - info@almo.it
-  **Alpi Service S.n.c.** **011975941**  
**fax 011974453**  
Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN)  
www.alpiservice.com - info@alpiservice.com
-  **Animali.it** **0293591343**  
**fax 0293591343**  
Via Adige, 26 - 20010 Pregnana Milanese (MI)  
www.animali.it - info@animali.it
-  **Avitabile Napoleone S.r.l.** **0815737519**  
**fax 0815737522**  
Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA)  
avitabilenapoleone@interfree.it - contatto@tewua.it  
www.tewua.it
-  **Baldecchi S.n.c.** **0559705281**  
**fax 0559705352**  
Zona PIP Frazione Penna - 52028 Terranuova Bracciolini (AR)  
www.baldecchi.it - baldecchisnc@baldecchi.it



	<b>Ballatore Pietro</b> Via Gasperina, 96 - 00118 Roma www.ballatoreroma.com - info@ballatoreroma.com	<b>tel. e fax 067236701</b>		<b>Farm Company S.r.l.</b> Via Amendola, 532 - Regione Spolina - 13876 Cossato (BI) www.farmcompany.it - info@farmcompany.it	<b>015511310 fax 0158129259</b>
	<b>Bama S.p.a.</b> Via Pertini, 2 - 55011 Altopascio (LU) www.bamagroup.com - info@bamagroup.com	<b>0583286353 fax 0583287754</b>		<b>Farmina Pet Foods Italia</b> Via Nazionale delle Puglie - 80035 Nola (NA) www.farmina.com - info@farmina.it	<b>0818236000 fax 0815122135</b>
	<b>Bayer S.p.a.</b> V.le Certosa, 130 - 20156 Milano www.vetclub.it - www.petclub.it	<b>0239781 fax 0239784660</b>		<b>Fashion Dog S.r.l.</b> Via Lago di Carezza, 11 - 41012 Carpi (MO) www.fashiondog.it - www.curapets.it - info@fashiondog.it	<b>0596232450 fax 059687984</b>
	<b>B.Braun Milano S.p.a.</b> Via V. da Serego, 14 - 20161 Milano www.bbraun.com - servizio.clienti@bbraun.com	<b>02662181 fax 0266218290</b>		<b>Faza S.r.l.</b> Via Casilina Km 22.600 - 00040 Laghetto Di Montecompatri (RM) www.areapet.it - info@areapet.it	<b>069476129 fax 069476033</b>
	<b>Boehringer Ingelheim Animal Health Italia S.p.a.</b> Via Giovanni Lorenzini, 8 - 20139 Milano www.merial.com - merial.italia@merial.com	<b>02535581 fax 025355822</b>		<b>Ferplast S.p.a.</b> Via I. Maggio, 5 - Z.I. - 36070 Castelgomberto (VI) www.ferplast.com - info@ferplast.com	<b>0445429111 fax 0445429115</b>
	<b>Camon S.p.a.</b> Via Lucio Cosentino, 1 - 37041 Albaredo d'Adige (VR) www.camon.it - camon@camon.it	<b>0456608511 fax 0456608512</b>		<b>Ferrebiella S.p.a.</b> Strada Trossi, 33 - 13871 Verrone (BI) www.ferrebiella.it - info@ferrebiella.it	<b>0152558103 fax 0152558083</b>
	<b>Candioli S.p.a.</b> Via Manzoni, 2 - 10092 Beinasco (TO) www.candioli.it - info@candioli.it	<b>0113490232 fax 0113490526</b>		<b>Formevet S.r.l.</b> Via Savona, 97 - 20144 Milano www.formevet.com - vetline@formevet.it	<b>024345891 fax 0243458922</b>
	<b>Carbone Pet Products S.r.l.</b> Via Antonio Gramsci, 1537 - 51036 Larciano (PT) www.petproductscarbone.it - info.petproductscarbone.it	<b>0573837868 fax 0573859163</b>		<b>Forza10/SANYpet S.p.a.</b> Via Austria, 3 - 35023 Bagnoli di Sopra (PD) www.forza10.com - forza10@forza10.com	<b>0429785401 fax 0429767006</b>
	<b>Cerberus S.r.l. a s.u.</b> Via Sant'Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.cerberus-pet.com - info@cerberus-pet.com	<b>03965591 fax 0396559244</b>		<b>Gheda Mangimi S.r.l.</b> Via Comuna Santuario, 1 - 46035 Ostiglia (MN) www.gheda.it - gheda@gheda.it	<b>038632677 fax 038632664</b>
	<b>Cesarano S.a.s.</b> Via Nolana - 80045 Pompei (NA) www.cesarano.it - loredana@cesarano.it	<b>0818507330 fax 0818507467</b>		<b>Gimborn Italia S.r.l.</b> Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia www.gimborn.eu/it - marketing@gimborn.it	<b>05225452 fax 0522945365</b>
	<b>Ceva Salute Animale S.p.a.</b> Via Colleoni, 15 - 20041 Agrate Brianza (MI) www.ceva.com - marketing.italy@ceva.com	<b>03965591 fax 0396559244</b>		<b>Heiniger AG</b> Industrieweg 8 - 3360 Herzogenbuchsee (Switzerland) www.heiniger.com - kontakt@heiniger.com	<b>+41/62/9569200 fax +41/62/9569281</b>
	<b>Chemi-Vit S.r.l.</b> Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE) www.chemivit.com - info@chemivit.com	<b>0522887959 fax 0522888200</b>		<b>Hill's Pet Nutrition Italia S.r.l.</b> Via A.G. Eiffel, 15 - 00148 Roma www.hillspet.it	<b>06545491 fax 0654549560</b>
	<b>Ciam S.r.l.</b> Via Piemonte, 4 - 63100 Ascoli Piceno (AP) www.ciamanimali.com - ciam@ciamanimali.it	<b>0736250484 fax 0736257854</b>		<b>Imac S.r.l.</b> Via Ghisa, 24 - 36070 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it	<b>0444482301 fax 0444482500</b>
	<b>Coltelleria Polla</b> Via Vochieri, 69 - 1500 Alessandria www.polladino.com - lipolla@libero.it	<b>tel. e fax 0131264774</b>		<b>Innovet Italia</b> Via Einaudi, 13 - 35030 Saccolongo (PD) www.innovet.it - innovet@innovet.it	<b>0498015583 fax 0498015737</b>
	<b>Croci S.p.a.</b> Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - info@croci.net	<b>0332870860 fax 0332462439</b>		<b>Italsystem S.a.s.</b> Via Corciano, 14 - 47924 Rimini www.italsystems.com - info@italsystems.com	<b>0541731428 fax 0541731328</b>
	<b>Disegna Group</b> Via Marsan, 28/30 - 36063 Marostica (VI) www.disegnagroup.it - info@disegnagroup.it	<b>0424471424 fax 0424476392</b>		<b>Iv San Bernard S.r.l.</b> Via Castelli, 7 - 50056 Montelupo F.no (FI) www.ivsantbernard.it - info@ivsantbernard.it	<b>0571509106 fax 0571 1656081</b>
	<b>Diusa Pet S.r.l.</b> S.P. per Lairdirago, 8 - 27010 Marzano (PV) www.diusapet.it - info@diusapet.it	<b>0382947500 fax 0382947488</b>		<b>Landini Giuntini S.p.a.</b> Via Rosa Luxemburg, 30 - 06012 Citt. di Castello (PG) www.giuntinipet.it - info@giuntinipet.it	<b>075851781 fax 0758517804</b>
	<b>Dog Line S.n.c.</b> Via Della Tecnica, 28 - 36043 Camisano Vicentino (VI) www.dogline.it - dogline@dogline.it	<b>0444240653 fax 0444532511</b>		<b>Laviosa Chimica Mineraria S.p.a.</b> Via L. Da Vinci, 21 - 57123 Livorno www.laviosa.it - lcm@laviosa.it	<b>0586434000 fax 0586434210</b>
	<b>Dorado S.r.l.</b> Via Romea, 10 - 30010 Monsole di Cona (VE) www.baubon.it - infoservice@baubon.it	<b>042659140 fax 0426308158</b>		<b>Lazzari Luigi S.r.l.</b> Via Borgo Antico, 9 - 24031 Almenno San Salvatore (BG) www.lazzarigabbie.it - info@lazzarigabbie.it	<b>035640118 fax 035644927</b>
	<b>Due Erre &amp; C. S.n.c.</b> Via Pradazzo, 1/D - 40012 Calderara di Reno (BO) www.snackforpet.it - info@snackforpet.it	<b>0516466149 fax 0516467654</b>		<b>Life Petcare S.r.l.</b> Via di Basserone, 57 - 52041 Badia al Pino (AR) www.lifeptcare.it - info@lifeptcare.it	<b>tel. e fax 057541013</b>
	<b>Eagle S.r.l.</b> Via Pavoncella, 8 - 56010 Migliarino Pisano (PI) www.eagleitalia.it - eagleitalia@tin.it	<b>tel. e fax 050803275</b>		<b>Lory Progetti Veterinari S.r.l.</b> Via Buozzi, 3/A - 42025 Cavriago (RE) www.loryprogettiveterinari.it	<b>3929091598</b>



	<b>Mantovani Pet Diffusion S.r.l.</b> Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO) www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com	<b>051969413</b> <b>fax 051969348</b>		<b>Petness S.a.s. di Circuri G. &amp; C.</b> Via Tullio Ascarelli, 181 - 00166 Roma italia@smartbones.com - info@petness.it	<b>0666182041</b>
	<b>Marpet S.r.l.</b> Via Don Sasselli d'Era, 13 - 37041 Albaredo d'Adige (PD) www.marpet.it - info@marpet.it	<b>0456600134</b> <b>fax 0457000124</b>		<b>Pets Fitness</b> Via Soderini, 8 - 60027 Osimo (AN) www.petsfitness.com - info@petsfitness.com	<b>tel. e fax 0712868013</b>
	<b>Mars Italia S.p.a.</b> V.le Milano Fiori Str. 2 Pal C3 - 20090 Assago (MI) www.pedigree.it	<b>025776111</b> <b>fax 0257510890</b>		<b>Pet Village S.r.l.</b> Via Stradello, 35 - 48124 Madonna dell'Albero (RA) www.petvillagesrl.it - info@petvillage.it	<b>054464418</b> <b>0544471768</b> <b>fax 0544479252</b>
	<b>Mennuti Group S.r.l.</b> Via Ponte Cerretano, 10/14 - 50050 Carreto Guidi (FI) www.mennutigroup.it - info@mennutigroup.it	<b>0571581661</b> <b>fax 0571580016</b>		<b>Pineta Zootecnici</b> Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggiano Emilia www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com	<b>tel. e fax 0522553616</b>
	<b>Merini Maurizio</b> Via Baveno, 7/A - 00166 Roma www.merinioverline.it - maurizio.merini@libero.it	<b>tel. e fax 0661560728</b>		<b>Porrini Pet S.r.l.</b> Via Einaudi, 1 - 25086 Rezzato (BS) www.porrinipet.it - info@porrinipet.it	<b>0302791814</b> <b>fax 0302793319</b>
	<b>Mister Pet S.p.a.</b> Via Pedemontana, 35 - 43029 Mamiano di Traversetolo (PR) www.misterpetsrl.com - info@misterpetsrl.com	<b>0521340323</b> <b>fax 0521340319</b>		<b>Rebo S.r.l.</b> Via Mestre, 31 - 21050 Cairate (VA) www.happydog.it - www.happydog.it - info@happydog.it	<b>0331502700</b> <b>fax 0331502703</b>
	<b>Monge &amp; C. S.p.a.</b> Via Savigliano, 31 - 12030 Monasterolo di Savigliano (CN) www.monge.it - info@monge.it	<b>0172747111</b> <b>fax 0172747198</b>		<b>Rinaldo Franco S.p.a.</b> Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com	<b>0248376157</b> <b>fax 0241291840</b>
	<b>Morando S.p.a.</b> Via Chieri, 61 - 10020 Andezeno (TO) www.morando.it - morando@morando.it	<b>0119433311</b> <b>fax 0119434289</b>		<b>Royal Canin Italia S.r.l.</b> Via Anton Checov, 50/2 - 20151 Milano www.royalcanin.it - info@royal-canin.it	<b>023347611</b> <b>fax 0233490091</b>
	<b>Mp Bergamo S.r.l.</b> Via Passerera, 2/C - 24060 Chiuduno (BG) www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com	<b>0358361301</b> <b>fax 0354496738</b>		<b>Sepioli S.a.</b> Via General Govone, 56 - 20155 Milano www.sepiolsa.com - info@sepiolsa.com	<b>0233610725</b> <b>fax 023319855</b>
	<b>MPS 2 S.r.l.</b> Via Zambon, 17 - 36051 Creazzo (VI) www.mpsitalia.it - info@mpsitalia.it	<b>0444572190</b> <b>fax 0444370902</b>		<b>Slow Global</b> Cascina Malcotta - 13010 Stroppiana (VC) www.slowglobal.com - slowglobal@gmail.com	<b>0161219438</b> <b>fax 0161220542</b>
	<b>MSD Animal Health Italia</b> Via Fratelli Cervi, snc - Centro direzionale MilanoDue Palazzo Borromini - 20090 Segrate (MI) www.exspot.it - www.scalibor.it	<b>02516861</b> <b>fax 0251686685</b>		<b>Stefanplast S.p.a.</b> Via Piazza, 47 - 36020 Castegnero (VI) www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it comm.estero@stefanplast.it	<b>0444639011</b> <b>fax 0444638315</b>
	<b>MSM Pet Food S.r.l.</b> Via dell'Agricoltura, 5 - 25028 Verolanuova (BS) www.msmpetfood.com - amministrazione@msmpetfood.com	<b>0309361245</b> <b>fax 0309921858</b>		<b>Ticinese Petfood S.r.l.</b> Via Argentina, 102 - 27100 Pavia www.ticinese.it - info@ticinese.it	<b>0382573789</b> <b>fax 0382575576</b>
	<b>My Factory S.r.l.</b> Via Olivetti, 7/9 - 10020 Riva Presso Chieri (TO) www.my-factory.it - info@my-factory.it	<b>0119401249</b>		<b>Trixie Italia S.p.a.</b> Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it	<b>0444835329</b> <b>fax 0444833352</b>
	<b>My Family S.r.l.</b> Strada Solero, 1/A - 15048 Valenza (AL) www.myfamily.it - info@myfamily.it	<b>0131950063</b> <b>fax 0131952944</b>		<b>Velma Group S.r.l.</b> Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com	<b>0423715319</b>
	<b>Naturina S.a.s.</b> Via Bobbio, 1/3 rosso - 16137 Genova www.naturina.it - info@naturina.it	<b>0109415459</b> <b>fax 0108392921</b>		<b>Vema Petfood &amp; Care S.r.l.</b> Via Lazzaretto snc - 21042 Caronno Pertusella (VA) www.vemapetfood.it, info@vemapetfood.it	<b>0249474139</b>
	<b>Nestlé Purina Petcare S.p.a.</b> Via del Mulino, 6 - 20090 Assago (MI) www.purina.it	<b>0281811</b> <b>800-525505</b> <b>fax 0281817133</b>		<b>Visan Italia</b> Via Sestina, 149 - 00187 Roma www.visanpet.it - info@visanpet.it	<b>0694800700</b>
	<b>N.P. Industries S.r.l.</b> Via Valcellina, 37 - 33097 Spilimbergo (PN) www.professionalpets.it - info@professionalpets.it	<b>0432699322</b> <b>fax 0427488000</b>		<b>Vitakraft Italia S.p.a.</b> Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG) www.vitakraft.it - info@vitakraft.it	<b>075965601</b> <b>fax 0759656020</b>
	<b>Nuova Cuoi</b> Via Lufrano, 69 - 80040 Volla (NA) www.eurocuoi.it - info@eurocuoi.it	<b>0817744833</b> <b>fax 0817735989</b>		<b>Wahl Italia S.r.l.</b> Via Piero Gobetti, 52 - 40129 Bologna www.wahl-animal.com - info@wahlitalia.com	<b>051374253</b>
	<b>On Site S.r.l.u.</b> Via Nazionale, 5 - 23012 Castione Andevenno (SO) www.onsite.pet - info@onsite.pet	<b>0342200070</b> <b>fax 0342211815</b>		<b>WINNER Plus Pet Food S.r.l.</b> Via Italia, 4 - 00060 Capena (RM) www.winnerplus.eu - info.winnerplus.eu	<b>0690375587</b>
	<b>Original Legno Italia S.a.s. di Maltese &amp; C.</b> ZI C.da Fegotto - 91013 Calatafimi Segesta (TP) www.original-legno.it - info@original-legno.it	<b>0924514511</b> <b>fax 0924515292</b>		<b>Wonderfood S.p.a.</b> Strada dei Censiti, 2 - 47891 Repubblica di San Marino www.wonderfood.com - info@wonderfood.com	<b>0549943311</b> <b>fax 0549943312</b>
	<b>Petitamis è un marchio di Eagles Engineering S.r.l.</b> Via San Maurizio 184/15 - 10073 Cirié (TO) www.petitamis.it - info@petitamis.it	<b>3334168155</b> <b>0119222641</b> <b>fax 0119224084</b>		<b>Zolux Italia</b> Via Caduti di Amola, 17 - 40132 Bologna www.zolux.com - info@zolux.it	<b>051754816</b> <b>051759896</b>



 **Zoo Planet S.r.l.**  
Via Malcantone, 7 - 35017 Piombino Dese (PD)  
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

**0233610725**  
**fax 023319855**

 **Viten S.r.l.**  
Via Faedis, 21 - 33040 Povoletto (UD)  
www.viten.it - info@viten.it

**0432664401**  
**fax 0432679043**

## UCCELLI / BIRDS

 **All Pet S.r.l.**  
Via Trieste, 603 - 21042 Caronno Pertusella (VA)  
www.allpet.it - info@allpet.it

**0296450470**  
**fax 0296450464**

 **Borgovit S.r.l.**  
Via Roma, 48 - 22046 Merone (CO)  
www.borgovit.it - info@borgovit.it

**031650344**  
**fax 031651419**

 **Chemi-Vit S.r.l.**  
Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE)  
www.chemivit.com - info@chemivit.com

**0522887959**  
**fax 0522888200**

 **Croci S.p.a.**  
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)  
www.croci.net - info@croci.net

**0332870860**  
**fax 0332462439**

 **Fioretta Rag. Gianni S.n.c.**  
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)  
www.fiory.com - info@fiory.com

**0341530138**  
**fax 0341530392**

 **Formevet S.r.l.**  
Via Savona, 97 - 20144 Milano  
www.formevet.com - info@formevet.it

**024345891**  
**fax 0243458922**

 **Imac S.r.l.**  
Via Ghisa, 24 - 37071 Tezze di Arzignano (VI)  
www.imac.it - info@imac.it

**0444482301**  
**fax 0444482500**

 **Manitoba S.r.l.**  
Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR)  
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com

**tel. e fax 0375310418**

 **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.**  
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)  
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com

**051969413**  
**fax 051969348**

 **Max Ornithology S.r.l.**  
Via Monte Santo, 1 - 31037 Loria (TV)  
www.pappagalli.com - info@pappagalli.com

**tel. e fax 0423485691**

 **Mp Bergamo S.r.l.**  
Via Passerera, 2/C - 24060 Chiuduno (BG)  
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com

**0358361301**  
**fax 0354496738**

 **Nestlé Purina Petcare S.p.a.**  
Via del Mulino, 6 - 20090 Assago (MI)  
www.purina.it

**0281811**  
**800 525505**  
**fax 0281817133**

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

**tel. e fax 0522553616**

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

**0248376157**  
**fax 0241291840**

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

**0444835329**  
**fax 0444833352**

 **Valman S.r.l.**  
Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI)  
www.padovanpetfood.com - info@valman.it

**0444975663**

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

**0423715319**

 **Vergerio Mangimi S.r.l.**  
Via Roma, 56 - 35010 Cadoneghe (PD)  
www.canary.it - info@canary.it

**049700622**  
**fax 049703440**

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

**075965601**  
**fax 0759656020**

 **Zoo Planet S.r.l.**  
Via Malcantone, 6 - 35017 Piombino Dese (PD)  
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

**0499350400**  
**fax 0499350388**

## PICCOLI MAMMIFERI / SMALL MAMMALS

 **Croci S.p.a.**  
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)  
www.croci.net - info@croci.net

**0332870860**  
**fax 0332462439**

 **Fioretta Rag. Gianni S.n.c.**  
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)  
www.fiory.com - info@fiory.com

**0341530138**  
**fax 0341530392**

 **Gimborn Italia S.r.l.**  
Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia  
www.gimborn.eu/it - marketing@gimborn.it

**05225452**  
**fax 0522945365**

 **Imac S.r.l.**  
Via Ghisa, 24 - 36070 Tezze di Arzignano (VI)  
www.imac.it - info@imac.it

**0444482301**  
**fax 0444482500**

 **Laviosa Chimica Mineraria S.p.a.**  
Via L. Da Vinci, 21 - 57123 Livorno  
www.laviosa.it - laviosaminerals@laviosa.com

**0586434000**  
**fax 0586434210**

 **Manitoba S.r.l.**  
Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR)  
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com

**tel. e fax 0375310418**

 **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.**  
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)  
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com

**051969413**  
**fax 051969348**

 **Mp Bergamo S.r.l.**  
Via Passerera, 2/C - 24060 Chiuduno (BG)  
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com

**0358361301**  
**fax 0354496738**

 **Nestlé Purina Petcare S.p.a.**  
Via del Mulino, 6 - 20090 Assago (MI)  
www.purina.it

**0281811**  
**800 525505**  
**fax 0281817133**

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

**tel. e fax 0522553616**

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

**0248376157**  
**fax 0241291840**

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

**0444835329**  
**fax 0444833352**

 **Valman S.r.l.**  
Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI)  
www.padovanpetfood.com - info@valman.it

**0444975663**

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

**0423715319**

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

**075965601**  
**fax 0759656020**

 **Viten S.r.l.**  
Via Faedis, 21 - 33040 Povoletto (UD)  
www.viten.it - info@viten.it

**0432664401**  
**fax 0432679043**

## RETTILI & ANFIBI / REPTILES & AMPHIBIANS

 **Croci S.p.a.**  
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)  
www.croci.net - info@croci.net

**0332870860**  
**fax 0332462439**





**Fioretta Rag. Gianni S.n.c.**  
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)  
www.fioretta.com - info@fioretta.com

**0341530138**  
fax **0341530392**



**Imac S.r.l.**  
Via Ghisa, 24 - 36070 Tezze di Arzignano (VI)  
www.imac.it - info@imac.it

**0444482301**  
fax **0444482500**



**Mantovani Pet Diffusion S.r.l.**  
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)  
www.mantovanipetdiffusion.com  
mantovani@mantovanipetdiffusion.com

**051969413**  
fax **051969348**



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

tel. e fax **0522553616**



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

**0248376157**  
fax **0241291840**



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

**0444835329**  
fax **0444833352**



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

**0423715319**



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

**075965601**  
fax **0759656020**

## MARKETING & SERVIZI



**GBS Marketing**  
Moselstrasse, 2 - 63322 Rodemark (Germany)

**(+49)6074/861009**  
fax **(+49)6074/861089**



**IPV Pack S.r.l. Unipersonale**  
Via dell'Industria e dell'Artigianato, 26/D-E  
35010 Carmignano di Brenta (PD) -  
www.ipvpack.com - info@ipvpack.com

**0499431318**



**Masidef S.r.l. - Storedesign**  
Via Oberdan, 125 - 21042 Caronno Pertusella (VA)  
www.masidef.com - info@masidef.com

**029651011**



**Polypro S.p.a.**  
Via Roma, 118 - 40012 Calderara di Reno (BO)  
www.polypro.it - info@polypro.it

**0510958560**



**Vimax S.r.l.**  
Via Rezzonico, 23 - 22100 Como  
www.zampotta.it - info@zampotta.it

**031301059**  
fax **031301418**



**Zoo Planet S.r.l.**  
Via Malcantone, 6 - 35017 Piombino Dese (PD)  
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

**0499350400**  
fax **0499350388**

## INSERZIONISTI

Sovracoperta

**MYFAMILY**

**CAMON**

17

**IPV**

33

**VITAKRAFT ITALIA**

41

II coperta

**WINNER PLUS PET FOOD**

**CHEMI-VIT**

21

**MISTER PET**

39, 45, 53

**ZAMPOTTA PET BUSINESS**

1, 35

III coperta

**MONGE**

**DORADO**

29

**MYFAMILY**

2-3

**ZOOMARK INTERNATIONAL**

13

Contro III coperta

**MONGE**

**FARM COMPANY**

67

**QUALITY AWARD**

71

IV coperta

**AGRAS PETFOOD**

**FRESKISSIMO**

23

**RINALDO FRANCO**

25, 49

**Zampotta**  
PET BUSINESS

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei PetShop

Zampotta Magazine

328 9226601

ZampottaMag

zampotta magazine

MARZO 2021 - N° 2

**VIMAX**  
Pet Trade Service

**Ufficio pubblicità**

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

**Representative for the U.S. and Canada**

Richard A. Wartell - Judi Block Associates  
P.O. Box 1830, Willits, CA 95490 U.S.A.  
phone +1/707/4569200 - fax +1/815/3710757  
wartell@write.com

**Servizio Abbonamenti**

abbonamenti@zampotta.it - fax 031301418

**Stampa**

PAPERGRAF INTERNATIONAL SRL - Borgorico (PD)

REGISTRAZIONE TRIBUNALE DI COMO N15/11  
ISCRIZIONE NEL REGISTRO OPERATORI  
COMUNICAZIONE ALL'AGCOM N. ROC 21368

Tutti i diritti riservati. Ogni riproduzione è vietata se non autorizzata espressamente per iscritto dell'Editore. Il materiale inviato alla redazione non sarà restituito, anche se non pubblicato.

### Note Legali

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

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

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

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

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

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

**Direttore editoriale**

Cristina Mandaglio

**Direttore responsabile**

Cristina Mandaglio  
cristina.mandaglio@zampotta.it

**Coordinatore editoriale**

Valeria Longhi  
valeria.longhi@zampotta.it

**Revisore Scientifico e settore veterinario**

Cristiano Papeschi

**Hanno collaborato a questo numero:**

Marina Moretti, Daniela Graziadio, Francesca De Carolis, Assunta Incarnato, Nicola Benincasa, Silvia Marini, Patrizia Parca, Filippo Giunti, Antonio Stancanelli, Elena Bucelli, Giuseppe Di Domenico, Francesco Caruccio, Emilio Gerboni, Lorena Quarta, Cristiano Papeschi, Valerio Zupo, Alessandro Mancini, Gianni Ravazzi

**Direzione e Redazione**

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

**Segreteria di Redazione**

valeria.longhi@zampotta.it

**Produzione grafica**

otq pro.creative s.n.c.



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

**BWild**  
FEED THE INSTINCT

  
MADE IN ITALY

DAL RISPETTO E DALL'OSSERVAZIONE DELLA NATURA:



# Schesir®

NATURAL SELECTION

NOVITÀ



Formula approvata dal punto di vista nutrizionale da



ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA  
DIPARTIMENTO DI SCIENZE MEDICHE VETERINARIE

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



UNA NOVITÀ CHE DARÀ MOLTI FRUTTI.