

Zampotta

PET BUSINESS

NOVEMBRE - N° 9

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

UN'IDEA PER IL BLACK FRIDAY

per spingere le tue
vendite di novembre

TI OFFRO UN CAFFÈ DA 750 EURO

L'editoriale di Cristina Mandaglio

PAGAMENTO RATEALE

un'opportunità per fare spendere
di più i tuoi clienti

IL "VIAGGIO" DEL CLIENTE

intercettalo e guidalo verso
il tuo pet shop

• Scopri la nostra
alimentazione naturale...





natural · nutrition · system

Natural

Una vasta gamma di **alimenti** completi e complementari **altamente professionali** preparati con cura e passione utilizzando materie prime a **Km 0, 100% naturali**, per ottenere il **massimo** della freschezza e della qualità nel rispetto degli standard **FSSC 22000** e senza l'impiego di **conservanti, coloranti ed aromatizzanti chimici**.

Nutrition

Il benessere del proprio animale nasce dalla sua **corretta alimentazione**, per questo nei prodotti **Winner Plus** non sono presenti tracce di OGM, **soia** (assimilabile fino al 70%) **o grano**. Tutto questo garantisce la qualità di un prodotto sano, equilibrato, altamente digeribile ed ipoallergenico.

System

La **qualità** delle stessi **standard certificazione** necessarie per **dell'alimento**. T costantemente a



Scopri di più

FACEBOOK/INSTAGRAM
@winnerpluspetfood

SITO INTERNET
www.winnerplus.eu

BLOG/MAGAZINE
www.winnerplus.it/blog

WHATSAPP
+39 371 4680217

YOUTUBE
WINNER PLUS Pet Food

INDIRIZZO
Via Italia 2, 00060 -
Capena (Roma)



controllata con gli
o, inoltre la
le condizioni
sima qualità
ene sottoposta

SUPER PREMIUM
WINNER PLUS[®]
PET FOOD

natural · nutrition · system



NUOVA LINEA HOLISTIC

Disponibile nei sacchi da: 2-12 kg e

new **300g!**

SPEED GREAT

con
Zampotta
PET BUSINESS

15 minuti a tua disposizione. Un esperto di marketing e vendite in consulenza privata solo con te.

Una **grande** opportunità **GRATUITA** che ti regala Zampotta Pet Business.

SOLO A ZOOMARK INTERNATIONAL

Affrettati a raggiungere lo stand di Zampotta Pet Business alla fiera Zoomark International nei giorni 11 e 12 novembre.

Portaci gli ostacoli di business che bloccano le tue ambizioni e non ti fanno dormire la notte e torna a casa con nuove idee da mettere in pista subito.

Nei due giorni finali della fiera ospiteremo al nostro stand, Filippo Giunti, un consulente di marketing e vendite di grande esperienza che metterà a disposizione 15 minuti del suo tempo per ogni imprenditore, negoziante o capitano di azienda che vorrà sottoporgli le sue problematiche per ottenere consigli, correttivi di rotta e indicazioni strategiche.

15 minuti, per riuscire a sciogliere nodi ai quali pensi giorno e notte da mesi o anni possono sembrarti ridicoli, ma siamo certi che avvalendoci dell'aiuto di Filippo Giunti e dell'esperienza accumulata in venticinque anni di strategie pubblicitarie riusciremo in ogni caso a darti una mano ad affrontare in modo diverso alcuni punti critici sui quali continui inutilmente a battere la testa.

**PRENOTATI IN FRETTA
PER ASSICURARTI LA TUA CONSULENZA**

Gli imprenditori che hanno bisogno di idee efficaci sono tantissimi ma il nostro consulente è uno solo. Sarà disponibile gratuitamente allo stand di Zampotta Pet Business l'11 e il 12 novembre. **Pad. 29 - Stand G15-H14**

SAVE THE (SPEED) DATE

Per prenotarti scrivi a: info@zampotta.it (lasciando i tuoi contatti e esprimendo la tua preferenza sul giorno)

myfamily

memopet 



MADE IN ITALY





- Fatti interamente in Italia
- Materiali di altissima qualità
- Tante colorazioni disponibili
- Facili da utilizzare in famiglia grazie all'APP **memopetID**



App **memopetID**



scopri tutti www.memopet.com

Esponi memopet nel migliore dei modi

grazie alla linea di espositori dedicati



Vinci e fai vincere i tuoi clienti con memopet, in palio:

- ✓ n. 1 Fiat 500 Hybrid Cult
- ✓ n. 100 buoni acquisto del valore di 30 €
- ✓ n. 10 iPhone 12



Leggi il regolamento

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

CHIAMA SUBITO 0131.950063



Prodotto in Italia da
MyFamily S.r.l. Valenza (AL) - Italy
 T. 0131 950063 | info@myfamily.it
 Distribuito da
MyFamily USA Inc. Orlando (FL)
MyFamily BRASIL Ltda. Caxias do Sul (RS)

COPERTINA

"in evidenza"

**Ieri e oggi,
sempre vincenti**

(Winner Plus Pet Food)

6



NOVEMBRE 2021 - N° 9

EDITORIALE
di Cristina Mandaglio

5

**Ti offro un caffè
da 750 euro**



CANI & GATTI

70 Dal confronto con i clienti
(Monge)

72 Una collezione che sa stupire
(Camon)

74 Pet, persone e ambiente
(Josera Petfood)

78 Piccoli, allegri, vitali
(Affinity Petcare)

79 Nido, un lettino tutto suo
(BamaPet)

80 Da proprietario... a proprietario
(Euro Service)

89 Il primo regalo a misura di cane
(Up County)

90 Scopri la Food Valley
(Mister Pet)

93 Pensate, studiate, create
(MyFamily)

96 Molto freddo... poco cibo
(Mp Group)

98 Gioco sostenibile, immagine green
(Vitakraft Italia)

104 L'incontro fra arte e tecnica
(Over Line Merini)

106 Grani riscoperti e ingredienti funzionali
(Chemi-Vit)

109 Arriva la lettiera che si può lavare
(Sustainably Your Litter)

110 Superfood, argomenti di vendita
(Dorado)

118 Aggressività, mordacità e museruole
(L. Quarta)

121 Il gatto e le sue unghie "
(L. Sartini)

ACQUARI & CO.

76 L'efficacia di 9 ceppi batterici
(Pro.D.Ac.)

100 La forza del marchio
(Pro.D.Ac.)

130 I congelati senz'acqua?
(A. Mancini)

132 Quando l'acqua... bolle
(V. Zupo.)

136 Squilibrio tropicale
(L. Di Tizio)

FIERE & INIZIATIVE

86 Zoomark International: pronti... via!
(Zoomark International)

PICCOLI MAMMIFERI

124 10 cose (che non sai) sul cincillà
(L. Sartini)

UCCELLI

127 Un simpatico casinaro
(G. Ravazzi)

RUBRICHE

24 Dal commercialista

112 Notizie brevi

113 Pet app

114 La voce di...

116 Negozio del mese

140 Bacheca

142 Contatti

146 Inserzionisti

BUSINESS

12 Tecniche di Vendita

16 Pet shop On line

28 Pubblicità & Marketing

34 Emozioni & Business

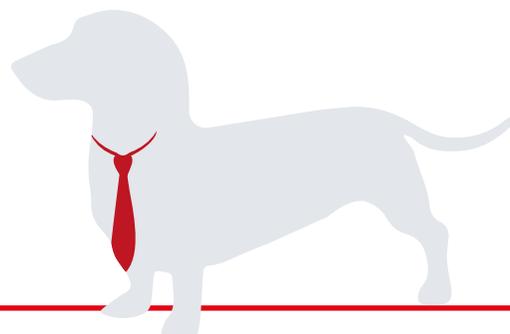
40 Occhio al Marketing

46 Comunicazione di Crisi

54 Social Media Marketing

58 Strategia Aziendale

64 Gestione Finanziaria





TI OFFRO UN CAFFÈ DA 750 EURO

Verrai a prendere un caffè al nostro stand a Zoomark International?

Vorremmo fartene assaggiare uno un po' particolare, che solitamente non costa MAI meno di 750 euro a tazzina.

Decisamente non economico, ma chi lo ha provato ne è sempre rimasto entusiasta ed è stato molto felice di pagare.

Non ha un gusto eccezionale, è passabile, diciamo. Lo facciamo noi con le cialde della nostra macchina da caffè da ufficio e te lo serviamo in un bicchierino di plastica con la palettina per lo zucchero, se lo gradisci.

Ci farebbe davvero piacere avere l'opportunità di offrirtelo, come ringraziamento per la tua fedeltà al nostro magazine... Però ti chiedo di scriverci per prenotarlo, se ti interessa (e dovresti proprio), perché non potremo farlo con tutti quanti, e le richieste sono già moltissime...

Probabilmente è uno dei caffè più mediocri che troverai in tutta Bologna ma a far salire così tanto il suo valore è il fatto che se sarai più veloce degli altri e ti prenoterai in tempo, insieme al caffè ti verrà offerta anche **una consulenza di pet business del tutto personale e riservata da parte di uno dei nostri esperti e collaboratori di un valore che supera i 750 euro, appunto.**

Filippo Giunti, consulente di marketing e vendita di grande esperienza nonché uno degli autori delle rubriche di Zampotta Pet Business, sarà infatti a tua completa disposizione gratis per 15 minuti.

Potrai fargli domande, esporgli i tuoi dubbi, chiedere chiarimenti sul perché i soldi che investi in pubblicità non ti tornano mai indietro, farti dare suggerimenti specifici, analizzare con lui le strategie commerciali che non stanno funzionando, etc...

Insomma 15 minuti tutti per te per analizzare le problematiche del tuo pet shop e ottenere preziosi consigli che potrai applicare subito una volta tornato in negozio.

Una preziosa consulenza che come ti ho detto solitamente ha un prezzo che si avvicina anche ai 1.000 euro. Ma tu potrai averla assolutamente gratis.

Però devi scriverci a info@zampotta.it e prenotarla subito.

Potrebbe davvero essere la tazzina di caffè della svolta per questo fine 2021.

Mi raccomando, non fare raffreddare questa occasione...

E ora, buona lettura.





Ieri e oggi, sempre vincenti

Storia di un brand che si è affermato nel mondo grazie a intuizioni che guardano al futuro

Chi non conosce Winner Plus, una delle società leader nel campo del pet food in Europa e nel mondo? In queste pagine ne raccontiamo la storia e ne conosciamo le ultime novità, in modo che da negoziante tu possa fare una scelta consapevole. Il brand *Winner Plus* è nato oltre 25 anni fa dalla passione di Toni Testa che, già guardando al futuro, aveva intuito che le famiglie si sarebbero prese sempre più cura dei propri animali e che sarebbe stata necessaria una svolta nel mondo del pet food con alimenti studiati appositamente per soddisfare le loro esigenze nutrizionali.

Negli anni l'azienda è cresciuta costantemente diventando sinonimo di salute, benessere e vitalità naturale per cani e gatti, investendo in innovazione, ricerca e qualità. Si è confrontata con i

mercati esteri e ha introdotto prodotti di nuova concezione, fino ad affermarsi fra le principali società del pet food a livello mondiale con un continuo processo di espansione che si estende oggi in più di 20 Paesi, da Tenerife all'Estremo Oriente, passando per l'Africa, l'Asia e il Medio Oriente.

L'attuale rete di vendita è in grado di sostenere i bisogni del professionista - che sia grossista, negoziante, allevatore o sportivo - perché da sempre la soddisfazione del partner commerciale è per Winner Plus il miglior successo.

Una storia di qualità

Una sfida continua ha portato Winner Plus nel 2018 a un eccezionale processo di evoluzione grazie all'esperienza pluriennale di un nuovo,



WINNER PLUS PET FOOD SRL
tel. 0690375587
www.winnerplus.eu
info@winnerplus.eu



esclusivo partner di produzione in grado di sostenere la crescente richiesta del mercato e di perfezionare le ricette con materie prime pregiate e standard di qualità ancora più elevati. Il risultato sono alimenti secchi completi, alimenti umidi artigianali e alimenti complementari, snack secchi e semi umidi per garantire un pasto sano e bilanciato, in grado di soddisfare le necessità sia in ambito professionale che domestico.

La rivoluzione olistica

Grazie a questa collaborazione è nata la linea di alimentazione olistica *Winner Plus holistic*, ora con aggiunta di carne fresca. Una gamma di ricette naturali e bilanciate, studiate per le necessità del cucciolo e della fattrice (*Puppy Junior holistic* a base di carne fresca di anatra) e del cane adulto (*Adult holistic* con carne fresca di pollo); mentre le esigenze di cani con allergie e incompatibilità alimentari sono soddisfatte con le ricette olistiche monoproteiche e senza cereali a base di sola carne fresca di

agnello, anatra o salmone (*Lamb & Potato holistic*, *Duck & Potato holistic* e *Salmon & Potato holistic*), che beneficiano dell'elevata digeribilità della patata.

Questa speciale linea di alimenti, grazie anche

alla presenza di erbe officinali e frutti rossi (fonte di antiossidanti naturali), impiegate secondo la filosofia olistica *Winner Plus*, può aiutare il corretto ripristino dell'equilibrio delle funzioni vitali dell'organismo.

Una linea reinventata anche nel packaging, con un feeling touch più "grezzo" che richiama il concetto del naturale e informazioni dettagliate di facile lettura a vantaggio della trasparenza e della coerenza verso il consumatore. Le confezioni sono disponibili nei formati da 12 kg, 2 kg e 300 g, ora dotati di sistema di chiusura con velcro.



PAST AND PRESENT, ALWAYS WINNERS

Story of a brand that became famous thanks to future-oriented intuitions

Everyone knows Winner Plus, leader in the European and international pet food market. We are about to tell their story and learn about their latest news, so that retailers can choose consciously.

Winner Plus was born over 25 years ago from Toni Testa's passion: he was already future-oriented and knew that families would be increasingly attentive to their pets' needs. A change in the pet food sector was necessary, with specific products developed after nutritional needs.

Through the years the company has grown regularly, a symbol of health, well-being and natural vitality for cats and dogs. Moreover, the company invested on innovation, research and quality, entering foreign markets and introducing new-generation products. It is now one of the main pet food companies worldwide, with constant growth in over 20 countries: from Tenerife to the Far East, through Africa, Asia and Middle East.

The current sales network can support the needs of professionals – wholesalers, retailers, breeders, sport dogs – because the satisfaction of business partner is the best success for Winner Plus.

A STORY OF QUALITY

The constant challenge led Winner Plus to an extraordinary evolution in 2018, thanks to the experience of a new and exclusive manufacturing partner capable to meet the growing market demand and to improve recipes with fine raw ingredients and even higher quality standards. The result is a range of complete dry food, handmade wet food and complementary food, dry and half-wet treats. They all ensure a healthy and balanced meal that meets both domestic and professional nutritional needs.

HOLISTIC REVOLUTION

Thanks to this collaboration, the new holistic line *Winner Plus holistic* was born, now with fresh meat. Recipes are natural and balanced, developed after puppies and their mother (*Puppy Junior holistic* with fresh duck and salmon) and adult dogs (*Adult holistic* with fresh chicken). For allergic or sensitive dogs there are holistic and single-protein recipes without cereals, with fresh lamb, duck or salmon (*Lamb & Potato holistic*, *Duck & Potato holistic* and *Salmon & Potato holistic*) with potato's elevated digestibility.

Thanks to herbs and red fruits (source of natural antioxidants) as well as to *Winner Plus* holistic principles, the specific line supports the balance of organism's vital functionalities.

The line also features a new packaging: "rough feeling touch" recalling the concept of natural and detailed information, easy to understand, ensuring transparency and coherence towards customers. The products come in 300g, 2 and 12kg bags with Velcro zipper.

NATURAL SOLUTIONS FOR TOP WELL-BEING

More news for 2021: the line of natural complementary food for cats and dogs designed and developed to support the pet's functional and aesthetic features. They range from articulations to muscles (*Arthro Elastin*, *Osteo Tabs*), from fur and skin (*Omega-3*, *Cicerello red oil*, *Biotin Forte*, *Algomar*) to metabolism, digestion and weight control (*Coconut oil*, *Brewer's Yeast*, *Carrot tables*, *Moor Extract*), without forgetting parasites and bacteria (ground garlic).

Not to mention products for those who chose *BARF diet*: *BARF Mix* and *BARF Oil*.





Soluzioni naturali per un benessere al top

Altra grande novità di quest'anno è la nuova linea di alimenti complementari naturali per cani e gatti concepiti e sviluppati per sostenere correttamente gli aspetti funzionali ed estetici dell'animale: dalle articolazioni alla muscolatura (*Arthro-Elastina*, *Osteo Tabs*), dal pelo alla cute (*Omega-3*, *Olio rosso di cicerello*, *Biotina Forte*, *Algomar*), dal metabolismo alla digestione e al controllo del peso (*Olio di cocco*, *Lievito di Birra*, *Pasticche alla carota con biotina*, *Moor-Extrakt*), senza escludere il bisogno di contrastare parassiti e batteri (*Aglie granulare*).

E non dimentichiamo i prodotti per coloro che hanno scelto di offrire al proprio cane un'alimentazione di tipo BARF: *BARF Mix* e *BARF Oil*. (A.C.)

NUTRIRE SECONDO NATURA

La linea *Winner Plus holistic*, oggi proposta in un nuovo packaging, è un prodotto esclusivo sviluppato secondo l'approccio olistico all'alimentazione per cui ciascun ingrediente viene selezionato per intervenire in maniera specifica su ogni singola funzione dell'organismo in modo da garantire il benessere nella sua "totalità". Preparato impiegando le tecnologie più avanzate e arricchito con erbe officinali e frutti rossi con effetto anti-invecchiamento e antinfiammatorio, il prodotto aiuta l'organismo di cani e gatti a predisporre naturalmente a evitare le condizioni di malessere.

La linea cane comprende: *Winner Plus Puppy Junior holistic* con carne fresca di Anatra per i cuccioli; *Winner Plus Adult holistic* con carne fresca di Pollo; *Winner Plus Salmon & Potato holistic* con Salmone fresco; *Winner Plus Lamb & Potato holistic* con carne fresca di Agnello; *Winner Plus Duck & Potato holistic* con carne fresca di Anatra.

Per le razze mini sono disponibili: *Winner Plus Salmon Mini holistic* al Salmone, *Winner Plus Lamb Mini holistic* all'Agnello e *Winner Plus Adult Mini holistic* al Pollo.

La linea gatto propone *Winner Plus Chicken holistic* e *Winner Plus Salmon holistic*.



NATURAL NUTRITION

Winner Plus holistic features a renewed packaging. It is an exclusive line developed after the holistic approach: each ingredient is selected to affect a specific functionality and ensure overall well-being. The products are made with the most advanced technologies and they are supplemented with anti-ageing and anti-inflammatory herbs and red fruits. They help the organism of cats and dogs avoid ill-being.

The dog line includes: *Winner Plus Puppy Junior holistic* with fresh Duck for puppies; *Winner Plus Adult holistic* with Chicken, Lamb and Rice; *Winner Plus Salmon & Potato holistic*; *Winner Plus Lamb & Potato holistic*; *Winner Plus Duck & Potato holistic*. For mini breeds there are: *Winner Plus Salmon Mini holistic* with Salmon, *Winner Plus Lamb Mini holistic* with Lamb e *Winner Plus Adult Mini holistic* with Chicken. Cat line includes *Winner Plus Chicken holistic* and *Winner Plus Salmon holistic*.

UN AIUTO IN PIÙ

Gli alimenti complementari *Winner Plus*, attraverso il corretto bilanciamento di micro e macroelementi di origine naturale, permettono di scegliere, con l'aiuto del veterinario, il prodotto giusto da integrare alla dieta e offrire un pieno di benessere: *Winner Plus Omega-3* a base di olio puro di salmone norvegese, garantisce un manto splendente, cuscinetti plantari più morbidi e una maggiore energia; *Winner Plus Puppy Milk PRO* latte per cuccioli, soddisfa le esigenze di allattamento garantendo una crescita in salute;



Winner Plus Benessere Stomaco favorisce la salute dell'apparato gastrointestinale grazie all'efficacia di erbe naturali; *Winner Plus Arthro-Elastina* supporta lo sviluppo di muscoli, tendini, legamenti e giunture; *Winner Plus Osteo-Tabs Tavolette* con erbe selezionate è ideale per i cani di grossa taglia con una predisposizione ai problemi articolari; *Winner Plus Pasticche alla carota con biotina* è ideale per la depurazione integrale dell'organismo; *Winner Plus Algomar* con alghe marine fresche aiuta a compensare un'alimentazione non correttamente bilanciata; *Winner Plus Biotina Forte Tavolette* garantisce un pelo sano e lucido; *Winner Plus Aglio granulare* ha effetto antibatterico ed è un ottimo rimedio naturale contro i parassiti; *Winner Plus Lievito di birra Tavolette* aiuta a regolare la digestione e agisce contro alcune forme di diarrea; *Winner Plus Olio rosso di cicerello* dona morbidezza e lucentezza al pelo ed elasticità alla cute; *Winner Plus Top Fit* è specifico per cani, gatti e animali con pelo soggetti a particolare stress; *Winner Plus BARF Mix* arricchisce il pasto nell'alimentazione BARF; *Winner Plus BARF Oil* è un olio di canapa naturale che fornisce acidi grassi essenziali per l'intero metabolismo; *Winner Plus Olio di cocco* svolge un'azione nutriente e idratante sulla cute e sul pelo e come profilassi contro i vermi; *Winner Plus Moor-Extract* a base di fango di torbiera supporta il sistema immunitario dell'intestino; *Winner Plus B-Plus PRO* è specifico per intensificare il colore del manto nero dei cani di tutte le razze.

ONE MORE HELP

Winner Plus complementary food provide the correct balance of micro- and macro-nutrients of natural origin. With the support of veterinarians, it is possible to choose the right product to supplement the diet and ensure well-being. *Winner Plus Omega-3* with pure Norwegian salmon oil ensures a shiny coat, soft paw pads and extra energy; *Winner Plus Puppy Milk PRO* meets the needs of lactating puppies, ensuring a healthy growth; *Winner Plus Well-being Stomach* supports the health of the gastrointestinal system thanks to natural herbs; *Winner Plus Arthro-Elastin* supports the growth of muscles, tendons, ligaments and joints; *Winner Plus Osteo-Tabs* with selected herbs is suited for large dogs subject to articular ailments; *Winner Plus Carrot Tabs with Biotin* is suited for the organism purification; *Winner Plus Algomar* with fresh seaweed supports the diet that is not balanced correctly; *Winner Plus Biotin Forte Tabs* ensures a healthy and shiny fur; *Winner Plus ground Garlic* has an antibacterial effect and it is effective against parasites; *Winner Plus Brewer's Yeast Tabs* helps regulate digestion and is effective against certain types of diarrhoea; *Winner Plus Cicerello red oil* ensures shiny and soft fur as well as elastic skin; *Winner Plus Top Fit* is suited for furred cats, dogs and pets subject to stress; *Winner Plus BARF Mix* supplements BARF meals; *Winner Plus BARF Oil* is a natural hemp oil providing essential fatty acids for the whole metabolism; *Winner Plus Coconut oil* has a nourishing and moisturizing effect on the skin and fur and can be used as preventive medicine against worm; *Winner Plus Moor-Extract* with Moor mud supports intestinal immune system; *Winner Plus B-Plus PRO* is specifically suited to enhance the black coat of dogs of all breeds.





INGREDIENTI FRESCI DI GIORNATA

La gamma umida *Winner Plus Super Premium Menu* per il gatto e per il cane è 100% naturale e preparata con materie prime selezionate, fresche di giornata ed elevati standard produttivi certificati: solo carne fresca tedesca di prima scelta controllata con gli stessi standard utilizzati per l'uomo, priva di farina di ossa, frumento, glutine, OGM, zuccheri, coloranti, uova, latte, soia, conservanti e aromi artificiali.

Nella linea *Super Premium Cat Menu* il cliente può scegliere fra cinque varietà: *Super Premium Cat Menu con Manzo e Fegato*,

Super Premium Cat Menu con Manzo e Cuore, *Super Premium Cat Menu con Manzo e Agnello*, *Super Premium Cat Menu con Manzo e Pollo*, *Super Premium Cat Menu con Manzo e Selvaggina*.

La gamma *Super Premium Dog Menu* comprende tre linee differenti: *Super Premium Menu* composta da quattro ricette (*Super Premium Menu Junior con Pollo e Riso*; *Super Premium Menu con Pollo, Salmone e Riso*; *Super Premium Menu con Agnello 100% e Riso*; *Super Premium Menu Sensitive Light con Pollo e Patate*); *Super Premium Menu Puro* composta da due varianti (*Super Premium Menu Puro Mix di sola carne e Super Premium Menu Puro con carne di Manzo e Trippa*) e *Super Premium Menu Mono Puro* con due ricette (*Super Premium Menu Mono Puro con carne di Tacchino e Super Premium Menu Mono Puro con carne di Manzo*). È disponibile inoltre *Winner Plus Salmone e Zucchine*, alimento monoproteico completo per cani adulti di tutte le razze preparato con salmone di prima scelta, ideale anche per cani sensibili e anziani.

DAILY-FRESH INGREDIENTS

Winner Plus Super Premium Menu wet range for cats and dogs is 100% natural and made of selected daily-fresh raw ingredients, with certified manufacturing standards: only first-choice German fresh meat with human-grade standards, free from bone flour, wheat, gluten, GMOs, sugar, colouring agents, eggs, milk, soy, artificial preserving and flavouring agents.

Super Premium Cat Menu offers five recipes: *Super Premium Cat Menu with Beef and Liver*, *Super Premium Cat Menu with Beef and Heart*, *Super Premium Cat Menu with Beef and Lamb*, *Super Premium Cat Menu with Beef and Chicken*, *Super Premium Cat Menu with Beef and Game*.

Super Premium Dog Menu includes three different lines: *Super Premium Menu* with four recipes (*Super Premium Menu Junior with Chicken and Rice*; *Super Premium Menu with Chicken, Salmon and Rice*; *Super Premium Menu with 100% Lamb and Rice*; *Super Premium Menu Sensitive Light with Chicken and Potatoes*); *Super Premium Menu Puro* with two recipes (*Super Premium Menu Puro Mix meat only and Super Premium Menu Puro with Beef and Tripe*) and *Super Premium Menu Mono Puro* with two recipes (*Super Premium Menu Mono Puro with Turkey and Super Premium Menu Mono Puro with Beef*). *Winner Plus Salmon and Zucchini* is also available: complete single protein food for adult dogs of all breeds, made of first-choice salmon and suited for sensitive and senior dogs as well.



SALUTE E VITALITÀ

Le nuove ricette della gamma *Winner Plus* per il gatto sono studiate per la sua salute, il suo benessere e la sua vitalità.

Winner Plus Indoor Diet, per razze che vivono in ambienti domestici, è un alimento completo per gatti adulti con pollo di alta qualità e basso contenuto di grassi; *Winner Plus Sterilized Diet* per gatti adulti sterilizzati presenta una formulazione che aiuta a tenere sotto controllo il peso e a contrastare la formazione dei boli di pelo; *Winner Plus Urinary Diet* con pollo di prima scelta e con

un basso contenuto di grassi e di minerali, è un alimento completo per gatti adulti che aiuta la regolarizzazione del pH nelle urine, tenendo sotto controllo la formazione di calcoli di struvite.

HEALTH AND VITALITY

The new recipes of *Winner Plus* for cats ensure health, well-being and vitality.

Winner Plus Indoor Diet is dedicated to cats living inside the house: it is the complete food for cats with high-quality chicken, low on fat. *Winner Plus Sterilized Diet* for adult neutered cats helps control weight and fight hairballs; *Winner Plus Urinary Diet*, with first-choice chicken and low content of fats and minerals, is the complete food for adult cats that helps control urinary pH and the formation of struvite calculi.

NATO PER ESSERE SOSTENIBILE



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

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

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



IPV Pack S.r.l. Unipersonale

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

UN'IDEA PER IL BLACK FRIDAY E ALTRI BUONI SPUNTI

per spingere le tue vendite di novembre

NICOLA BENINCASA

Ecco alcune strategie di marketing testate per incrementare le vendite nel periodo più nero dell'anno

Nel commercio c'è un detto: "Novembre è il mese dei morti... in tutti i sensi". Forse può essere vero se non utilizzi il marketing. Ma se sfrutti delle buone strategie, è assolutamente provato che novembre può rivelarsi uno dei tuoi mesi migliori, soprattutto perché è il periodo del Black Friday, ormai il vero Natale in fatto di shopping. Ecco allora come sfruttare il "venerdì nero". E non solo per aumentare le vendite del tuo negozio.

Il Black Friday segna l'inizio dei saldi negli States. A differenza che in Italia, dove i saldi iniziano a gennaio dopo le feste, negli Stati Uniti hanno deciso di anticipare il mese degli sconti per incentivare le vendite.

Non so chi abbia ragione. So però che in generale dovresti arrivare a gennaio avendo superato o almeno centrato i tuoi obiettivi di business. Quindi ben venga il Black Friday.

Scopriamo ora in 8 strategie come far diventare novembre uno dei mesi migliori per il tuo pet shop in fatto di vendite.

1. ORGANIZZA UN FASHION SHOW

Prima del Black Friday c'è Halloween, diventato una festa anche in Italia. Ecco, potresti sfruttare questa occasione per realizzare un fashion show a tema animale.



Invita i tuoi clienti e premia il vestito migliore con buoni sconto e prodotti. E, mi raccomandando, condividi più foto che puoi su Facebook e Instagram.

Vedrai quante persone riuscirai a raggiungere. Il che ci porta al punto 2.

2. FAI ESPLODERE IL TUO INSTAGRAM

Niente ha più successo su Instagram delle foto dei nostri adorabili quattrozampe.

Ecco perché in questo periodo, più che mai, dovresti “riempire” i social con le foto dei tuoi clienti e dei loro animali in negozio.

Anche in questo caso potresti organizzare un concorso fotografico per spingere le condivisioni.

3. SCEGLI L'ANIMALE DELLA SETTIMANA O DEL MESE E PUBBLICALO SU UNA NEWSLETTER

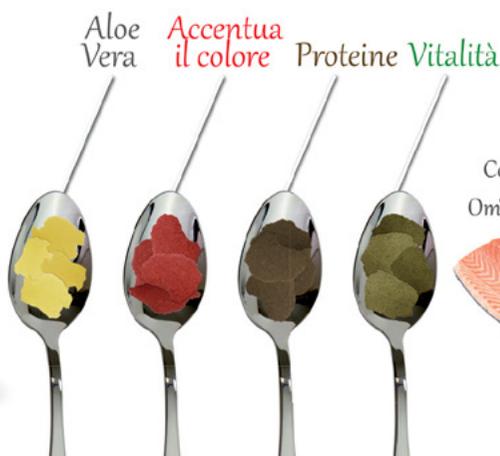
Questa è senza dubbio una delle strategie che preferisco.

Vuoi sapere come incrementare il passaparola? Metti i tuoi clienti su un piedistallo e vedrai come saranno felici di farlo sapere agli amici.

Crea un mini contest - animale della settimana o del mese - e poi pubblicalo sui social e in una newsletter (cartacea sarebbe meglio) da inviare via email ai tuoi clienti. Vedrai come cresceranno le vendite.



Se sfrutti delle buone strategie, è assolutamente provato che novembre può rivelarsi uno dei tuoi mesi migliori



TROPICAL FISH FLAKES è un alimento completo per tutti i pesci d'acquario. Con il suo giusto mix di farine di pesce, crostacei, cereali e vitamine offre una dieta bilanciata per tutti i pesci d'acquario.



www.prodac.it - info@prodac.it

Follow us:



4. STAMPA IL TUO LOGO E COINVOLGI LE ATTIVITÀ INTORNO A TE

Sfrutta il potere delle alleanze strategiche: stampa il tuo logo su alcuni prodotti o prelibatezze oppure offri il caffè ai clienti dei bar intorno a te.

Coinvolgi i negozi pet friendly nei paraggi: in questo modo potrai sfruttare i loro clienti. Bar, par-rucchieri, banche... tutto quello che può fare al caso tuo va sicuramente bene.

5. FAI SQUADRA CON BUSINESS LEGATI AL TUO

Appendice del punto 5: non “sfruttare” solo i clienti di attività diverse dalla tua.

Un'altra ottima opportunità è quella di creare promozioni legate a business strettamente collegati al tuo.

Un esempio potrebbe essere una campagna realizzata con un negozio di toelettatura.

Dovresti arrivare a gennaio avendo superato o almeno centrato i tuoi obiettivi di business

6. ORGANIZZA UNA CLASSE PER PROPRIETARI DI CUCCIOLI

Altra strategia molto interessante: ogni giorno c'è una nuova famiglia che acquista o adotta un cucciolo.

Crea allora una “classe” dove in breve tempo darai consigli pratici e informazioni su come si gestisce un nuovo animale.

Ovviamente dovrai legare questa iniziativa alla vendita dei tuoi prodotti.

Ma vai sicuro: comprenderanno da te e solamente da te.

Potresti far diventare questa occasione un'abitudine mensile per i tuoi clienti.

7. PIANIFICA UNA SUPER PROMOZIONE PER IL BLACK FRIDAY

Eccoci qua. È il momento di spingere il tuo Black Friday.

Ho un solo consiglio: fai partire il count-down 3/4 settimane prima.

Scegli tu pacchetti e sconti ma fai durare il più possibile la promozione.

Ovviamente il tutto finirà con il lunedì successivo, il famoso Cyber Monday.



8. CREA UN CALENDARIO

Ottobre e novembre sono i mesi migliori per realizzare foto per il calendario del tuo negozio. Ok, non è l'idea più originale della storia, ma funziona.

E a noi piacciono le idee che funzionano e si trasformano in guadagno.

Coinvolgi i tuoi clienti e devolvi parte del ricavato in beneficenza, anche in questo caso utilizzando i social per diffondere la notizia.

Vedrai che in modo indiretto le tue vendite schizzeranno.

CONCLUSIONI

Ora la palla passa a te.

Hai 8 idee che puoi mettere in pratica da subito e a costi bassissimi per fare di novembre il tuo mese migliore.

Fammi sapere com'è andata.

Alle tue vendite.



**NICOLA
BENINCASA**

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

BENVENUTI A CASA

Cibo per tutte le stagioni e tutti gli ambienti, città o campagna

SHH ... STANNO CINGUETTANDO
PER UNO SPUNTINO INVERNALE!



Da miscele grassate a spuntini ricchi di energia e nutrienti palle di grasso, L'intera gamma Menù Nature garantisce qualità e prodotti altamente calorici fatti per le fredde giornate Invernali. Ora, puoi aiutare gli uccelli liberi a mantenere la loro temperatura corporea e restare in forma lungo tutto il periodo Invernale.

DISPONIBILE NEL TUO NEGOZIO DI FIDUCIA



“COMPRO OGGI E PAGO DOPO”: ALZA LA SPESA DEI CLIENTI

con i pagamenti rateali

FRANCESCO CARUCCIO

L'abitudine di acquistare a rate si diffonde rapidamente. Impara a sfruttarla con astuzia per far spendere ai clienti più di quanto abbiano mai fatto

Così come negli anni scorsi si è verificato un boom dei pagamenti rateali nel mondo non digitale, così ora il fenomeno sembra presentarsi velocemente anche sul web, in particolare sui siti e-commerce.

Il fine? Effettuare acquisti online con più leggerezza da parte degli utenti e aumentare le vendite per i commercianti.

Si tratta di un fenomeno conosciuto. Quasi tutti abbiamo comprato qualcosa a rate nel corso della nostra vita: nei decenni scorsi abbiamo cominciato ad acquistare qualsiasi bene o servizio. Questa esigenza, divenuta trasversale, supera il mondo “fisico” e raggiunge ora il web, i pixel e i nostri smartphone.

In aggiunta allo “sblocco”, chiamiamolo così, del cosiddetto mondo Fintech avvenuto di recente, che ha portato a far nascere aziende che si occupano di pagamenti rateali per acquisti online.

Fino a pochi anni fa, infatti, il mondo bancario era confinato, per molti aspetti, al “mondo fisico”.



UN NUOVO UNIVERSO DI ENERGIA, GUSTO E NUTRIMENTO.

ZOOMARK 2021
INTERNATIONAL

10.11 > 12.11/2021
BOLOGNA FIERE - ITALY
VISIT US HALL 30 STAND B61-B63

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

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

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

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

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



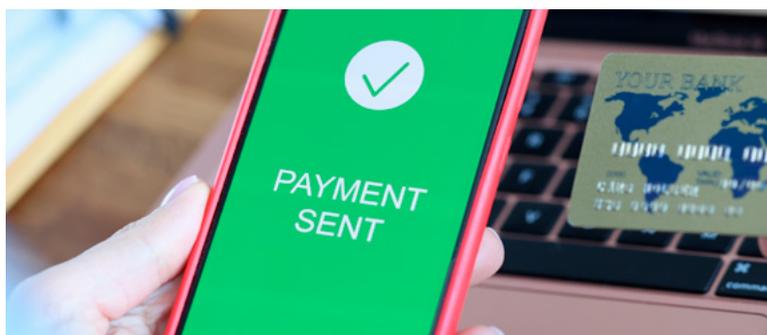
MSM
PET FOOD

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

seguici su:



Se volevi dare la possibilità ai tuoi clienti di comprare a rate dal tuo sito e-commerce, c'erano davvero poche alternative. Impostavi un pagamento spezzettato tramite PayPal, con il rischio però che i clienti non finissero di pagare i prodotti. Oppure mettevi un bel bottone "paga a rate" e i pagamenti dovevi gestirteli tu, avviando insieme al cliente una pratica di finanziamento che richiedeva giorni, talvolta settimane, solo per ricevere una risposta da parte della finanziaria.



Oggi invece esistono soluzioni che richiedono pochi minuti o sono addirittura istantanee.

Richiesta del finanziamento, approvazione... tutto fatto in due minuti e con due click.

Il commerciante incassa subito, il cliente paga un po'

per volta, e il rischio è tutto nelle mani di chi eroga il finanziamento, così (tu commerciante, proprietario di sito e-commerce) puoi focalizzarti sulle vendite e non devi preoccuparti delle questioni burocratiche.

Esistono ora numerose aziende che erogano servizi un tempo appannaggio dei soli istituti bancari. Dopo la PSD2 (Direttiva EU 2015/2366) - la Direttiva dei Sistemi di Pagamento - una legge europea che, per farla semplice, ha sbloccato un sacco di possibilità, sono iniziati a comparire i primi servizi di questo tipo. In Italia sono in vigore dal 2018.

Ma analizziamo un attimo la situazione e vediamo se fa al caso tuo.

È IL CASO DI INSERIRE IL PAGAMENTO RATEALE NEL SITO DEL MIO PET SHOP?

Posso comprendere il tuo scetticismo, in quanto si tratta di rateizzare piccole cifre.

La spesa media nel pet shop non supera di solito le decine di euro, quindi potresti pensare che sia inutile e anche un fastidio dover integrare un sistema come questo.

Ma devi sapere che nell'ambito dell'e-commerce, come dicevamo prima, sta diventando una consuetudine.

Questo metodo di pagamento, inevitabilmente, rende più facili anche le spese di tutti i giorni.

Già da tempo, un altro fenomeno molto simile si sta sviluppando online: i micro pagamenti.

Le persone sono sempre più propense ad effettuare micro pagamenti che soddisfano e gratificano in maniera istantanea e che, per loro natura, creano minori sensi di colpa.

Già un paio di anni fa Forbes trattava l'argomento chiedendosi in un editoriale:

*"Are Micropayments The Future Of Online Transactions?"
I micro pagamenti saranno il futuro dei pagamenti online?*

Non solo, sempre Forbes l'anno successivo sottoli-



È ORA DI CONOSCERE TUTTO CIÒ CHE LA
NOSTRA AZIENDA PUÒ OFFRIRE

OVER LINE SRL

Propone prodotti ed attrezzatura professionale nel settore PET da più di 30 anni; La forza di OVERLINE MERINI è la capacità d'innovazione costante e l'impegno continuo per offrire la massima qualità dei suoi prodotti oltre a strumenti di lavoro per tutti i saloni di toelettatura e non solo Leader nella cosmesi bionaturale del cane e del gatto. OVERLINE MERINI permette ai suoi clienti di acquistare on line o direttamente contattando l'azienda. Tutti i nostri prodotti forniscono un effetto idratante, riparatore e protettivo sullo strato lipidico naturale del tuo animale domestico e sono formulati senza tensioattivi o polifenoli. Ultima novità è la linea Biokeratin Essence formulata con tensioattivi di origine naturale derivati dal grano, dal cocco e dalla barbabietola con l'ausilio di camomilla, ginseng, proteine vegetali, keratina, ecc. Danno un ottimo risultato sul pelo e sulla pelle. Svolgono un'importante azione sciogliendo i nodi, dopo effettuato il lavaggio, il nodo si apre cardando il pelo sotto al phon, l'effetto protettivo anti-invecchiamento dura per giorni, come la rigenerazione data dalla keratina; Vieni a scoprirlo a...

ZOOMARK 21

10-12 NOVEMBRE 2021

PAD. 26

STAND B 95 C 96



formati con noi, **OVERLINE ACADEMY**

Con il nostro corso completo per diventare un Toelettatore Professionista, apprendi tutte le nozioni necessarie per svolgere il lavoro di toelettatura attraverso un ricco programma formativo, con il giusto mix di teoria e pratica, su cani e gatti. Partiremo dalle basi fino ad arrivare agli argomenti più specifici: mese dopo mese acquisirai tutto ciò che ti occorre per diventare un vero professionista in ambito animale. Il nostro programma di formazione prevede lezioni in presenza, presso la nostra sede centrale e lezioni online. Il percorso formativo si rivolge a giovani e adulti, anche senza alcuna esperienza nel mondo della toelettatura. Saranno ammessi al percorso formativo le persone con i requisiti richiesti in base al nostro programma formativo che si trova nel nostro sito ufficiale overlinegroup.com e di aver effettuato anche le giornate di prova gratuite concesse dall' OVERLINE.



OVERLINE
merini

PER INFORMAZIONI

+393357218594 / +393421761673

maurizio.merini@libero.it | OVERLINESHOP.COM



neava proprio la tendenza che si stava sviluppando in modo massiccio negli USA verso i pagamenti rateali.

“...I fornitori di pagamenti rateali hanno visto un incremento significativo nel mercato statunitense negli ultimi 12-18 mesi. Il COVID-19 ha creato una situazione favorevole unica per questi player, che dovrebbero accelerare ulteriormente il progresso. Come risultato delle conseguenze economiche della pandemia, è probabile che più acquirenti cerchino opzioni di pagamento più convenienti e che più commercianti perseguano diverse strade per aumentare le vendite.”

Le persone amano spendere.

Pagare ratealmente è un modo per spendere di più e subito.

Ed è per questo che dovresti approfittarne.

I BENEFICI DEI PAGAMENTI RATEALI

Esistono benefici per il consumatore e benefici per il proprietario di sito e-commerce, il commerciante.



Tra i benefici per il consumatore troviamo:

- pagamenti più piccoli;
- possibilità di ottenere subito qualcosa che non potrebbe permettersi adesso;
- sensazione di relax o minore ansia per i pagamenti.

Dall'altro lato, il commerciante:

- incassa immediatamente i soldi;
 - non rischia nulla (di norma, i rischi sono a carico dell'ente che eroga la somma);
 - aumenta il numero di clienti e di vendite.
- Vantaggi non da poco!

FUNZIONERÀ ANCHE PER ME?

Premesso che chi ti dà solo certezze, ha sempre tutte le risposte, è sicuro di tutto e non ha mai dubbi, quasi certamente finge con l'intento di apparire sicuro di sé ed "esperto", bisogna dire che per tutti i casi che ho analizzato... sì, la cosa funziona o potrebbe funzionare potenzialmente in tutti i settori.

L'importante è fare attenzione che il rischio del cliente non pagante non si riversi sulle tue spalle. Che il rischio se lo assuma la società che eroga il prestito.

Il pagamento rateale è utile anche nel caso tu proponga prodotti e servizi più costosi o che si protraggono nel tempo.

Senza la possibilità di rateizzare i clienti magari devono "aspettare di avere tutti i soldi", prima di comprare.

Ma nel frattempo li spendono in altri modi, si dimenticano, acquistano altre cose.

Ed è così che sfuma l'acquisto e viene rimandato per molto tempo. A volte per sempre.

E tu perdi una vendita.

PERCHÉ NON NE HO MAI SENTITO PARLARE PRIMA?

Se ti stai facendo questa domanda, permettimi di dirti che è un'ottima domanda.

Può darsi che tu sia scettico sull'utilizzo di questa "tecnologia". E il motivo è presto detto.

Si tratta di una tecnologia piuttosto recente.

Come per tante novità, negli USA è già utilizzata da moltissimi negozi ma in Italia ancora fatica a prendere piede e quindi a diffondersi.

Proprio in questi giorni mi è capitato di vedere su Facebook delle pubblicità di aziende statunitensi.



Crockex

by Mister Pet

Naturals



NO GLUTEN
INGREDIENTS



TAURINE
FOR HEART

1° INGREDIENT ANIMAL ORIGIN

5 ricette semplici e naturali
senza coloranti e conservanti

75% ANIMAL PROTEINS



SKIN
AND COAT



FIBERS AND
PREBIOTICS

- 🐾 1° Ingredient Animal Origin
- 🐾 Holistic Philosophy
- 🐾 Ricette con carne fresca
- 🐾 Alimento 100% Naturale



MISTERPET www.misterpetsrl.com

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

Arrivato in questi negozi digitali online, ho iniziato a sfogliare i loro cataloghi, dando un'occhiata ai prodotti. Arrivati alla cassa, ho notato una cosa che li accomunava tutti.

Su ognuno di essi c'era l'opzione per pagare a rate, ma credimi, TUTTI l'avevano, nessuno escluso. E ne avrò visitati una decina.

PERCHÉ IL MIO TECNICO NON ME NE HA PARLATO?

Come dicevo, è una novità abbastanza recente.

Inoltre in Italia abbiamo un po' il problema di recepire le cose con un po' di ritardo e probabilmente questo è il motivo per cui non te ne ha parlato.

CHE SUCCEDA SE NON SEGUO QUESTA "MODA" E NON INSERISCO NEL MIO SITO IL PAGAMENTO A RATE?

In poche parole? Che potresti perdere un treno molto veloce che sta già portando molti soldi nelle casse di chi lo usa.

Diciamo la verità: non tutte le tecnologie che vengono "spinte" online si rivelano poi delle mosse che portano risultati.

Però... permettimi di dirti che questa credo sia un'abitudine che si consoliderà abbastanza in fretta e che presto utilizzeranno tutti.

Quindi, come per tutte le mode/novità tecnologiche, esistono almeno due fasi:

- 1 la prima fase è di chi adotta per primo una tecnologia. Vengono chiamati "early adopter" e questo spesso dà un vantaggio competitivo;
- 2 la seconda è quella nella quale tutti vengono a conoscenza di questo strumento e iniziano ad usarlo.

La storia che si ripete.

Questo ciclo si avvera di continuo con tutti gli strumenti online (le pubblicità su Google, Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok).

Alcuni funzionano e durano nel tempo, altri si rivelano magari un buco nell'acqua.

Però c'è sempre una prima fase nella quale alcuni iniziano prima di altri e una seconda fase dove tutti arrivano.

E quando tutti arrivano, perdi il vantaggio competitivo dato dalla velocità con cui ti sei mosso.

Chi ha usato per primo Google Ads (che all'epoca si chiamava Adwords) per trovare clienti e

vendere, ha fatto un sacco di soldi in più con poco sforzo.

Lo stesso discorso per i primi su Facebook e su Instagram.

Ma poi arrivano i concorrenti e questo vantaggio svanisce. Improvvisamente smetti di trovare clienti e di vendere così facilmente. Le cose diventano difficili, c'è competizione.

Questo è un nuovo ciclo, una nuova fase con un altro strumento, l'ennesimo, che potrebbe dare una bella spinta alle tue vendite se applicato subito, adesso.

Oggi esistono soluzioni che richiedono pochi minuti o sono addirittura istantanee. Richiesta del finanziamento, approvazione... tutto avviene in due minuti e con due click



Ora che abbiamo visto i motivi per cui farlo, forse vorresti sapere quali sono queste aziende che ti permettono di implementare i pagamenti rateali.

Ovvero...

A CHI POSSO RIVOLGERMI?

Facciamo qualche nome.

Il primo è Soisy. Mi sta a cuore perché tra tutti quelli che conosco, nella mia esperienza, è stato il più veloce e preciso nel servire i miei clienti.

E non è un vantaggio da poco!

Il secondo è Scalapay. Si sta espandendo ad una velocità incredibile.

Talmente tanto, che ha guadagnato un vantaggio, al momento, secondo la mia esperienza: ci mette un sacco di tempo a risponderti ed accettarti come cliente (o almeno, l'ultima volta era così). Sta prediligendo, a quanto pare, brand molto grossi per costruirsi anche in Italia un nome e una reputazione veloce.

Infine Klarna ed Affirm, aziende approdate sul mercato italiano abbastanza di recente.



**FRANCESCO
CARUCCIO**

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

Le formule sono leggermente diverse tra una soluzione e l'altra e ti consiglio di leggere bene cosa offrono, poiché alcune potrebbero adattarsi meglio di altre alle tue esigenze.

Ma di sicuro, è qualcosa che non devi lasciarti scappare.

Se hai un sito e-commerce, quantomeno ti consiglio di testarne una.

Alla prossima!



Meet the WAUDOG reflective clothes!

COLLAR Company is a european pet products manufacturer

Accessories, clothes, toys and other products for pets



CollarGlobal.com
All rights reserved
Produced by COLLAR Company
MAKING PETS AND PEOPLE HAPPY®



ZOOMARK 2021
INTERNATIONAL

**Hall 30,
booths A35-A43!**

· free shipping
· up to 30 % of discount



CollarGlobal.com



MARCHI & BREVETTI

Cosa è importante sapere e come registrarli

Il marchio

È un diritto esclusivo sull'impiego di un simbolo e/o un nome, in relazione a un prodotto o a un servizio erogato da una specifica realtà imprenditoriale. Viene utilizzato soprattutto in ambito industriale e commerciale per identificare prodotti o servizi di un'impresa sul mercato e distinguerli da quelli concorrenti identici o simili.

Non tutti i segni/disegni/nomi possono diventare un marchio. Non si possono registrare: ritratti di persone, nomi differenti da quelli del richiedente, segni notori (fatta eccezione per consenso esplicito); segni costituiti solo dalla forma o da una caratteristica imposta dalla natura del prodotto; stemmi e simboli di interesse pubblico o lesivi dell'immagine/reputazione dello Stato italiano; indicazioni geografiche.

Le principali funzioni di un marchio sono:

- **distintiva:** comunica al consumatore l'origine imprenditoriale del prodotto/servizio;
- **qualitativa:** permette che il consumatore associ specifiche qualità del prodotto/servizio all'impresa stessa;
- **comunicativa:** caratterizza le informazioni relative all'impresa, ai prodotti e ai servizi;
- **pubblicitaria:** attira i consumatori verso specifici prodotti/servizi;
- **d'investimento:** afferma e incrementa la reputazione dell'impresa.



Un marchio deve rispettare tre requisiti/caratteristiche fondamentali: rappresentare una novità, avere capacità distintiva ed essere lecito.

Si è soliti fare distinzione tra:

- marchio generale, quando viene utilizzato per tutti i prodotti/servizi di un'impresa (e in questo caso spesso coincide con la ragione sociale);
- marchio speciale, se caratterizza specifici prodotti/servizi di un'impresa.

Il brevetto

È un diritto esclusivo concesso per la protezione dell'invenzione di un prodotto industriale o di un procedimento per la realizzazione di un bene o servizio nell'ambito della ricerca, dell'innovazione e dello sviluppo, per acquisire risorse economiche aggiuntive. Il titolare acquisisce il diritto di utilizzare in via esclusiva l'invenzione, traendone profitto per 20 anni, oltre i quali non vi è possibilità di rinnovo.

La registrazione di un brevetto comporta diversi vantaggi:

- concessioni di licenze d'uso: il titolare del brevetto può cedere l'uso a terzi in cambio di denaro;
- conclusione di accordi commerciali e ingresso di nuove imprese sul mercato;
- ottenimento di risorse finanziarie integrative in fase di produzione e commercializzazione.



Ci sono dei requisiti affinché un'invenzione sia brevettabile. Un brevetto viene concesso se ha per oggetto idee innovative ed è frutto di attività inventiva; se le idee alla base sono lecite e atte ad avere un'applicazione industriale o se sono oggetto di tutela brevettuale. Esistono poi delle invenzioni non brevettabili come, per esempio, idee, scoperte, teorie scientifiche e metodi matematici; regole di gioco, sistemi per la lotteria, metodi di insegnamento e piani di lavoro; procedimenti della diagnostica, terapia e chirurgia che vengono applicati al corpo umano o animale; varietà vegetali, razze animali e processi essenzialmente biologici per l'ottenimento di animali e piante; creazioni estetiche che possono essere eventualmente protette come design o sono protette dal diritto d'autore; programmi di computer protetti da copyright e invenzioni la cui applicazione sarebbe contraria all'ordine pubblico e al buon costume.



Registrazione di marchi e brevetti

Per procedere alla registrazione vera e propria di marchi e brevetti è fondamentale controllare che rispettino tutti i requisiti di legge, verificare la non presenza di marchi/brevetti registrati simili o uguali e avere la certezza che non abbiano caratteristiche negative in Italia o all'estero. Il metodo più veloce per procedere alla registrazione avviene per via telematica: mediante la piattaforma <https://uibm.mise.gov.it/index.php/it/deposito-titoli/deposito-telematico> è possibile procedere all'intero iter di registrazione per presentare la domanda on line. In alternativa è possibile presentare una domanda su moduli cartacei direttamente presso la Camera di Commercio.



Fidoz

Rapper & Influencer

 3.000.000 di follower su TikTok

2.000.000 di follower su Instagram

 N°1 in classifica Spotify con il singolo "Abbaio ma non mordo"

"PER IL MIO PELO SCELGO SOLO LINEA101"

Bau Zioooo....

Sono Fidoz e quando mi sento bene con il mio pelo, mi sento il re dell'area cani.

Per questo scelgo solo i prodotti cosmetici di **Linea101**.

Se sei un toelettatore, prenditi cura dei miei fratelli a quattro zampe scegliendo **Linea101** e i suoi prodotti artigianali per animali, senza parabeni, con profumazioni certificate IFRA e in vendita diretta.

Tutti i prodotti di **Linea101** sono Made in Italy al 101% e formulati con materie prime vegetali per la cura del nostro pelo, senza mettere a rischio la nostra salute anche se utilizzati con sovradosaggi.

Se sei un negozio specializzato, scegli per i tuoi clienti a quattro zampe la linea più amata da Fidoz.

Scarica subito il catalogo di **Linea101** dal sito:

WWW.LINEA101.IT

+39 0522.086489



0% Problemi,
101% Benessere





Nessuno TI OFFRE
TANTO *in un* **alimento**
GRAIN FREE

Ownat Grain Free ti offre un intero mondo di opzioni nell'ambito di **un'alimentazione priva di cereali**.
Diverse gamme di prodotti (Prime, Just e Hypoallergenic) con diverse percentuali di carne fresca e disponibili in diverse fasce di prezzo.

La più ampia offerta sul mercato di **varietà per cani e gatti, diversificata in funzione della razza dell'età o della condizione fisica**, con varietà concepite per necessità specifiche, come la **sensibilità a intolleranze e allergie o formulate per animali sterilizzati**.

**OWNAT
JUST GRAIN
FREE**



**OWNAT
GRAIN FREE
HYPOALLERGENIC**





OWNAT
GRAIN FREE
PRIME





CUSTOMER JOURNEY: IL "VIAGGIO" DEL CLIENTE

che decide di acquistare

LUCA SCRIMIERI

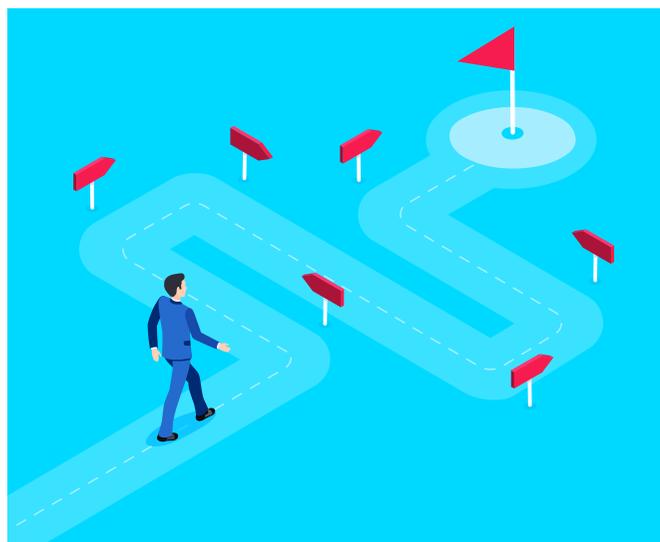
Traccia una mappa di viaggio del tuo possibile acquirente, intercettalo lungo il cammino e guidalo verso il tuo pet shop

In un mondo sempre più connesso e veloce l'acquirente non ha più il tempo di conoscere, valutare e ricordare un brand, un prodotto o un'insegna, esposto a troppi stimoli tra canali pubblicitari offline e online (si stima che ognuno di noi venga sottoposto a più di 1.000 messaggi pubblicitari al giorno). Così confuso, spesso ignora questi messaggi e preferisce chiedere consiglio ad altre persone (in genere prima familiari e amici, poi online). Il negozio, per far fronte alla situazione, deve cercare di capire quando e come ciò avviene, differenziandosi dalla concorrenza.

Prima di decidere un acquisto, l'acquirente compie un vero e proprio "viaggio" (*customer journey*). E tu, negoziante, devi tracciare una mappa di questo viaggio, andando a identificare i punti di contatto (*touchpoint*, di cui abbiamo già parlato in precedenza, vedi Zampotta Pet Business, luglio/agosto, pag. 20), intensificando le comunicazioni, rafforzando la presenza e migliorando l'esperienza del cliente. L'obiettivo finale è sempre quello di far parlare bene di te e fare in modo che l'acquirente consigli il tuo pet shop.

Perché mai come ora il passaparola, anche quello su web e social, è stato così importante.

Ti chiederai: *cosa c'entra il mio pet shop con il viaggio del cliente?*



fres
KISS
imo



LORO COME NOI

Formula **PLUS**

100% CARNE
ITALIANA

**È COMPLETO,
È GIÀ COTTO,
È FRESCO!**

La linea Cane si arricchisce
con un nuovo gusto...
TACCHINO e TROTA

Cerca il frigo
Freskissimo
all'interno
del negozio!



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

Disponibile anche la linea **Freskissimo Gatto**



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

www.freskissimopetfood.it

* La linea Freskissimo Gatto è stata eletta Prodotto dell'Anno 2021. Ricerca su 12.000 consumatori svolta da IRI, su selezione di prodotti venduti in Italia. prodottodellanno.it cat. PET FOOD GATTO SPECIALIZZATO

Il viaggio del cliente, in realtà, riguarda tutti noi.

Pensaci un attimo: come si arriva a conoscere un prodotto e cosa si fa prima di acquistarlo?

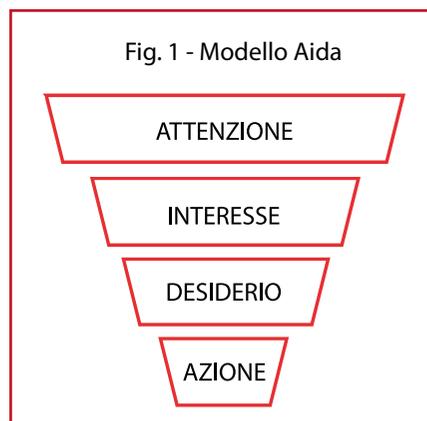
IL MODELLO AIDA

Il viaggio del cliente nasce con il famoso modello AIDA - acronimo di Attenzione, Interesse, Desiderio, Azione - (il termine è stato coniato già nel 1898 dal pioniere della pubblicità Elias St. Elmo Lewis), semplice nel suo funzionamento, che analizza gli step precedenti alla vendita.

Chiediti: il mio pet shop è conosciuto, attira l'attenzione dei passanti, propone prodotti e servizi interessanti, che si fanno desiderare? Se sì, probabilmente il cliente acquisterà.

Il modello AIDA si può schematizzare con un imbuto (fig. 1): ogni fase che segue è più piccola della precedente perché il numero dei clienti che acquisteranno sarà inferiore a quello dei clienti che paleseranno un desiderio o un interesse.

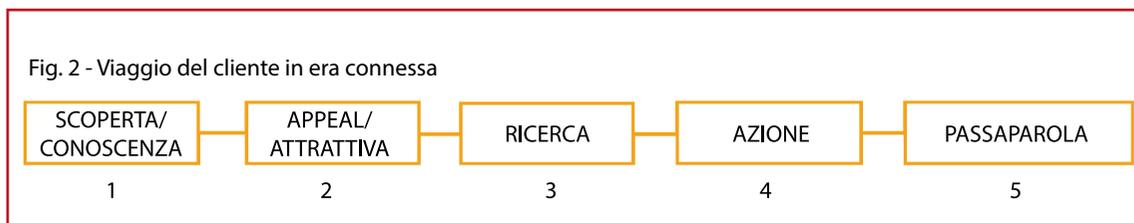
Se riesci a seguire il cliente nel suo viaggio, puoi aiutare le vendite del tuo pet shop.



Nell'era iperconnessa in cui viviamo accade che l'acquirente - dopo aver scoperto e trovato interessante il negozio e prima ancora di farsi una propria opinione - legga le idee di altri, cerchi consigli e recensioni online e si informi, per poi eventualmente acquistare e, in caso di esperienza positiva, consigliare a sua volta.

Il viaggio del cliente va interpretato quindi in 5 tappe/fasi (fig. 2):

1. Scoperta/conoscenza (il cliente scopre l'esistenza del negozio).
2. Appeal/attrattiva (lo trova gradevole o sgradevole).
3. Ricerca (cerca maggiori informazioni on/off line).
4. Azione (decide se acquistarvi o meno).
5. Passaparola (decide se consigliarlo o meno).



Nella **prima fase** di scoperta i clienti sono esposti ad un'ampia gamma di brand/insegne. Chi ha già avuto esperienze con il tuo negozio tenderà a ricordarlo oppure dovrà essere la pubblicità ad assumersi l'onere di aumentarne la visibilità in questa fase.

Nella **seconda fase**, ormai consapevole dell'esistenza dei vari brand/insegne, il cliente recepisce i messaggi a cui è esposto e può sentirsi attratto da un limitato numero di brand. Spinto dalla curiosità comincia a cercare informazioni: è questa la **terza fase**, nella quale il viaggio si trasforma da individuale a sociale e dove l'attrattiva di un negozio dovrà essere confermata da altri. Se vengono persuasi, i clienti decideranno di agire (**quarta fase**). Ciò non significa solo acquisto, perché in questa fase gli acquirenti fanno l'esperienza sia attraverso il consumo sia attraverso il post-vendita nel caso di problemi. Con il passare del tempo i clienti potranno maturare fiducia e lealtà che si tradurranno nel riacquisto e nella raccomandazione del prodotto/negozio ad altri. La **quinta fase** del viaggio si realizza quando un cliente consiglia spontaneamente ad altri un brand/prodotto/insegna che apprezza, senza che nessuno glielo abbia richiesto.



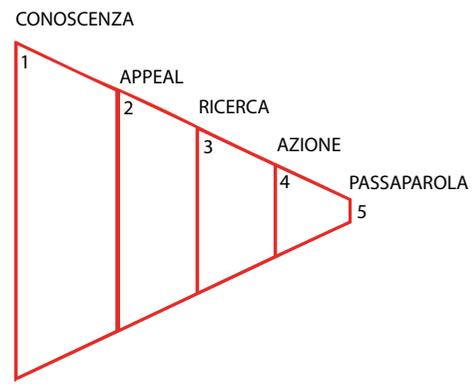
Peraltro il viaggio del cliente non è lineare, i clienti possono saltare delle fasi, possono tornare indietro, il percorso può cambiare a seconda del settore e della categoria merceologica (l'acquisto di una ciotola è differente da quello di una spazzola o del cibo)... insomma, le variabili sono numerose e bisogna tenerne conto. Questo vuol dire che il viaggio a imbuto può assumere differenti forme (fig.3).

IL VIAGGIO DEL CLIENTE QUANDO ACQUISTA IN UN PET SHOP

Nel settore dei beni di consumo quali alimenti e prodotti per animali, il numero dei brand presenti in ogni categoria è decisamente alto. Se sono molto conosciuti (fase 1) e con prezzi relativamente bassi, spesso in regime di promozione (fase 2), i consumatori non avvertono l'esigenza di raccogliere più informazioni sulla concorrenza e non dedicano molto tempo alla ricerca e alla valutazione delle alternative (fase 3). Gli acquisti tendono ad essere frequenti e abituali, quasi abitudinari, e i clienti nutrono aspettative e preferenze derivanti dall'esperienza vissuta con certi marchi.

Il settore, quindi, tende ad essere frammentato in un gran numero di brand che si contendono l'attenzione di milioni di acquirenti. L'acquisto è sia di natura emotiva - per cui i brand occupano un posizionamento diverso nelle menti dei consumatori pur vendendo prodotti quasi simili - sia istantaneo, magari indotto da una promozione in corso (ecco perché aziende concorrenti spendono moltissimo per attirare il cliente con azioni di marketing).

Fig. 3 - Viaggio a imbuto (modello)



Più la differenziazione del tuo pet shop è audace, più forte sarà l'attrattiva

E IL NEGOZIO/INSEGNA?

Fattori importanti (fase 4) sono la disponibilità dei prodotti sul punto vendita, la sua localizzazione e il personale presente (proprietario e/o addetti al negozio). Anche se non attratto da un brand in particolare, il cliente può infatti acquistarlo semplicemente perché disponibile, comodo logisticamente o perché stimolato e gratificato dal rapporto umano con il personale.

Così l'imbuto cambia forma e diventa molto più simile ad una chiave o pomello (fig. 4).

QUAL È IL VIAGGIO DEL TUO CLIENTE?

Sei conosciuto nella zona in cui operi?

La tua insegna è attraente agli occhi del potenziale acquirente e perché?

Il tuo sito web e i social informano e aiutano a orientarsi?

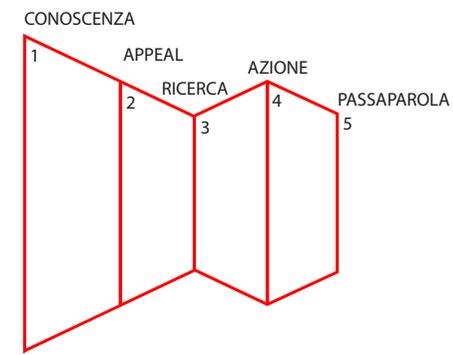
Il tuo punto vendita adotta tutte le possibili tecniche per aumentare gli acquisti e favorire i riacquisti?

Vediamo alcuni esempi e consigli di marketing da cui trarre possibili ispirazioni.

1. L'INSEGNA È CONOSCIUTA MA NON ATTRAIE CLIENTI

Se la maggior parte dei clienti conosce il tuo negozio ma non entra, allora c'è un problema di **attrattiva**. Nella fig. 4 è rappresentato un appeal (fase 2) in discesa. Devi quindi focalizzarti sulla proposta di valore: chiederti se hai i prodotti giusti, se proponi i servizi correttamente, se tutto ciò viene comunicato "bene", se il budget che investi nella comunicazione è sufficiente. Banalmente potrebbe

Fig. 4 - Viaggio a chiave/pomello (modello)





essere una cattiva gestione delle comunicazioni che non aiuta l'insegna a essere più attrattiva.

Devi allora capire quali iniziative possano aiutare in

tal senso. Crea un legame dell'insegna con il territorio partecipando a iniziative sociali oppure proponi qualcosa di diverso, sotto forma di esperienze, come una giornata dedicata agli amici quattrozampe offerta, ad esempio, in collaborazione con un dog trainer o con un tolettatore.

Più la differenziazione è audace più forte sarà l'attrattiva (fase 2 del viaggio).



**LUCA
SCRIMIERI**

Si definisce un pubblicitario e si occupa di sviluppare brand.

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

Una laurea in Economia, due Master, varie specializzazioni.

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

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

2. I PRODOTTI/SERVIZI OFFERTI, PUR ESSENDO VALIDI, NON SONO RICHIESTI

In questo caso va stimolata la curiosità. Ci viene qui in aiuto il *content marketing*, cioè la creazione e la distribuzione di contenuti che siano attinenti agli interessi dei clienti ma che siano fortemente associati all'insegna. Ad esempio crea una newsletter che fornisca informazioni mediche importanti ai proprietari di animali, in collaborazione con medici veterinari, psicologi, ecc. La stessa newsletter potrà poi essere opportunamente pubblicizzata per amplificarne la portata su canali digitali o tradizionali diventando un volantino. In generale, aumenta le informazioni in modo da potenziare la fase 3 del viaggio del tuo cliente. Quindi dedica attenzione al sito web e ai tuoi canali social, raccogli i dati dei potenziali consumatori, uniscili a quelli già in tuo possesso, crea delle liste di destinatari e invia la newsletter.



3. IL NEGOZIO È FREQUENTATO MA I CLIENTI NON TORNANO SPESSO

In tal caso va posto l'accento sul post-vendita. Per la gran parte degli acquirenti l'esperienza successiva all'acquisto, sia nell'utilizzo del prodotto/servizio sia nell'eventuale assistenza, è un'occasione per valutare se quel prodotto mantiene le promesse. È pertanto necessario puntare sulla consapevolezza di un'insegna presente, disponibile e pronta a risolvere qualsiasi problema connesso al prodotto acquistato. Se il cliente ha un'esperienza superiore alle aspettative svilupperà un senso di affinità e fedeltà. Si parla in tal caso di engagement, di customer care, di fidelity marketing, insomma di una serie di strumenti e tecniche che si possono attivare per aumentare la potenza della fase 5 del viaggio del tuo cliente. Hai mai realizzato una carta fedeltà, un programma di incentivi e ricompense per i clienti più fedeli, organizzato una serie di omaggi e regali per premiare la tua clientela più affezionata?



Ti ho suggerito in questo articolo alcune strategie da mettere in pratica subito per intercettare il tuo possibile acquirente lungo il suo "viaggio" e guidarlo verso il tuo pet shop.

Al prossimo numero!





Ci vediamo a
ZOOMARK
BOLOGNA

10-12 NOVEMBRE 2021
Pad. 30 Stand D/26 - D/28



Vi aspettiamo a Zoomark con tante novità



PREMIUMLINE

Scopri tutta la **gamma completa di mangimi e snack** formulati esclusivamente con i migliori ingredienti naturali, per un nuovo concetto di nutrizione.

Senza Cereali e No Ogm.



EMPOWERMENT: FAI DECOLLARE IL TUO BUSINESS

potenziando la tua intelligenza emotiva

EMILIO GERBONI

Ecco tre passi fondamentali che possono guidarti e farti raggiungere gli obiettivi che ti sei prefissato

Secundo Wikipedia, il termine empowerment indica un processo di crescita - sia dell'individuo che del gruppo - basato sull'incremento della stima di sé, dell'autoefficacia e dell'autodeterminazione, per far emergere risorse latenti e portare l'individuo ad appropriarsi consapevolmente del suo potenziale.

Probabilmente il tipo di potenziamento più centrale, per elevare esponenzialmente i propri risultati, è uno di quelli ancora meno considerati in ambito formativo.

La formazione business è spesso concentrata sull'apprendimento di metodi, strategie, tattiche, procedure e tecniche di diverso tipo, sulla conoscenza del mercato, dei prodotti e dei servizi. E anche a livello di comunicazione, l'aspetto su cui si insiste è sempre quello di fornire istruzioni

di comportamento: come porsi con il cliente, con i fornitori, con i dipendenti, etc.

Tutti aspetti utilissimi e fondamentali, ma che possono essere invalidati proprio dall'aspetto emotivo.

L'intelligenza emotiva, portata alla ribalta da Daniel Goleman, riguarda "La capacità di controllare sentimenti ed emozioni proprie e altrui, distinguerle tra di esse e utilizzare queste informazioni per guidare i propri pensieri e le

EMPOWERMENT

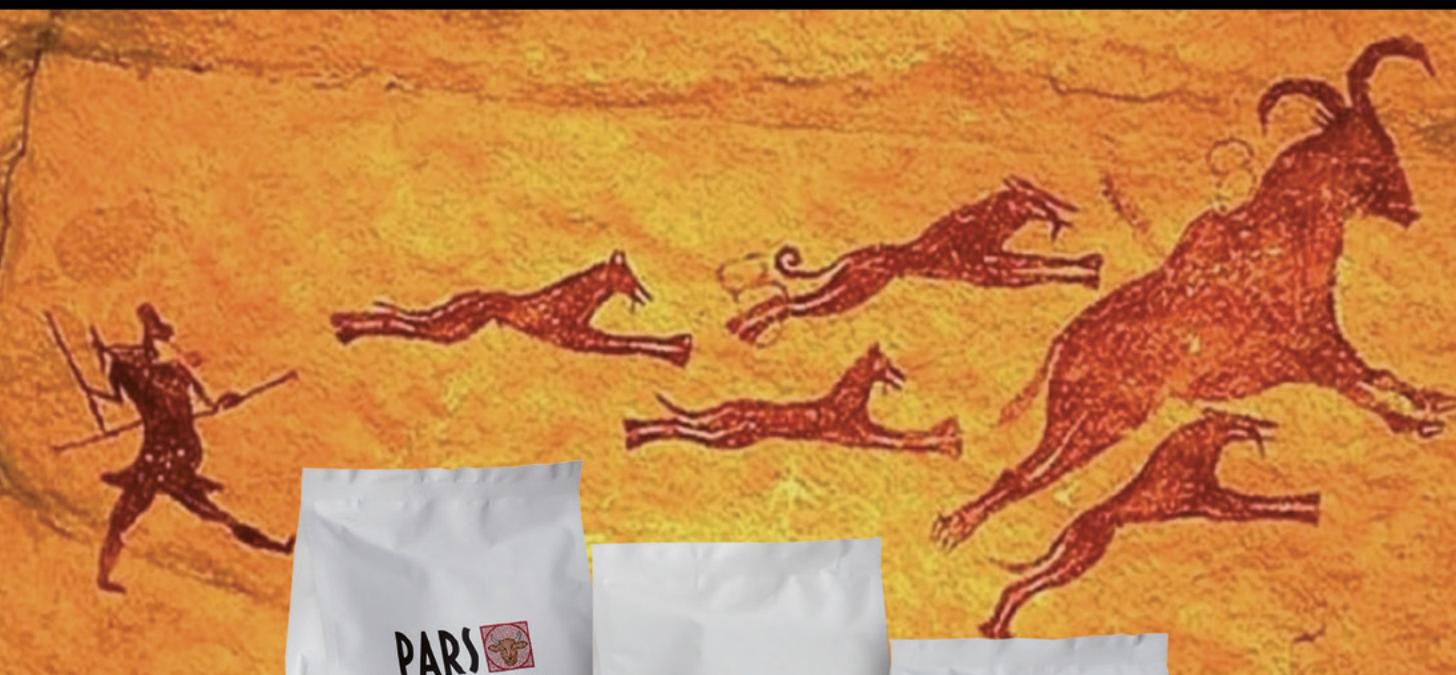


PARS



Preda Intera

RITORNO ALLE ORIGINI



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

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

proprie azioni". Questa è la definizione di Peter Salovey e John D. Mayer, i due psicologi che per primi ne hanno parlato in un articolo del 1990.

Ma, nonostante la grande risonanza dell'argomento, purtroppo devo affermare che è l'analfabetismo emotivo a regnare sovrano. Lo percepiamo tutti i giorni sui social, nei forum e nell'ambito delle nostre attività quotidiane.

È la causa della maggior parte delle situazioni spiacevoli che ci fanno maledire la giornata appena trascorsa.

Oltre a questo, l'analfabetismo emotivo è responsabile anche della scarsa performance in tutti gli ambiti squisitamente tecnici, tra i quali quelli che abbiamo appena citato.

Se non sei padrone delle tue emozioni infatti, la capacità di comprendere, apprendere, contestualizzare, agire in modo efficace subirà un calo drastico.

Hai presente a scuola, quando capitava che un compagno, durante un'interrogazione faceva scena muta? Una situazione agghiacciante. Il povero malcapitato veniva facilmente etichettato come "stupido".

Molto più verosimilmente, le sue capacità erano bloccate dalle emozioni di vergogna, ansia, paura e angoscia che inficiavano la sua performance a partire dalla fase di apprendimento, finendo per

Se non sei padrone delle tue emozioni, la capacità di comprendere, apprendere, contestualizzare, agire in modo efficace subirà un calo drastico

convincerlo di essere veramente stupido, innescando un drammatico circolo vizioso.

Le emozioni che non siamo capaci di controllare, finiscono per renderci delle amebe.

Hai presente il celebre film *Amélie*? La protagonista, ogni volta che veniva visitata da bambina dal padre medico, - spesso assente e poco affettuoso - si emozionava a tal punto nel ricevere attenzioni da lui, da paralizzarsi manifestando una forte tachicardia, portando il padre a pensare addirittura a un problema cardiaco...

In realtà Amélie non era in grado di esprimere ciò che stava vivendo, non se ne rendeva nemmeno conto, non essendo in grado

di ascoltare le proprie emozioni e il proprio vissuto. Ed era costretta a subire la situazione. Una volta adulta, questa esperienza e tutte le altre che a cascata avevano formato la sua vita, hanno condizionato il suo modo di essere in situazioni che nulla avevano a che fare con quelle originali.

Questo esempio per farti capire che assai spesso ciò che ti prefiggi nella mente, cioè in teoria, nella pratica non avviene. Ti riproponi di introdurre nuove procedure nel negozio, di gestire le cose diversamente, di far partire nuovi progetti, ma le cose non vanno mai come pensi.

COME POTENZIARE LA TUA INTELLIGENZA EMOTIVA PER REALIZZARE CIÒ CHE TI SEI PREFISSATO E FAR DECOLLARE IL TUO BUSINESS

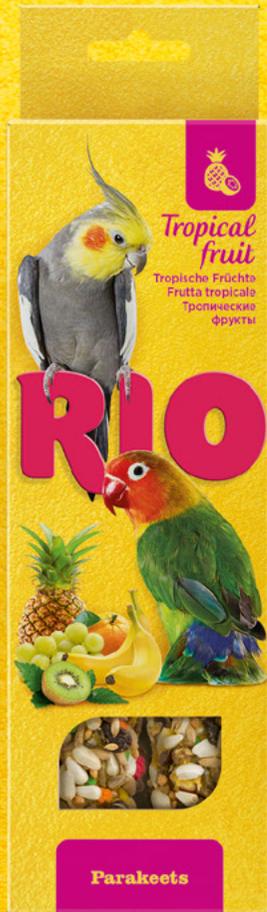
Ecco tre passi che possono guidarti in questa importante dimensione.

1. PRESENZA

Focalizzarsi sulla presenza per ampliarla significa sviluppare la capacità di essere consapevoli di sé, del proprio stato emotivo, dei segnali che arrivano dal nostro corpo e dalla nostra mente, senza reagire ad essi in modo automatico. La pratica principale per sviluppare la presenza è l'auto-osserva-



Scopri la gamma completa dei RIO e Little One su www.mealberry.com



Mealberry GmbH,
Am Wasserturm 4, 08233 Treuen, Germany
Tel.: +49 (0) 37468 6777-0, info@mealberry.de

ZOOMARK Bolognafiere 10.11-12.11 2021 PADIGLIONE 30 Stand D74-E77

zione, libera dal giudizio. Essere capaci di descrivere ciò che stiamo sperimentando, sviluppando la terminologia più calzante al proprio vissuto, imitando l'abilità di un poeta, senza etichettarlo con qualche auto-diagnosi o interpretazione causale, del tipo "ieri devo aver mangiato pesante, devo smetterla di cucinarmi tutte quelle schifezze golose". Prendere coscienza di sé, incuriosendosi di cosa si sta provando e pensando e di cosa il corpo, da ogni sua parte, sta inviando come messaggio.



2. RICONOSCERE I COPIONI

Dopo aver osservato e recuperato la presenza di sé, possiamo passare a decifrare i pattern automatici che ci guidano, strutturandoli in copioni. In questo caso dovremo identificare i *trigger*, ovvero i pulsanti che attivano quello specifico copione, in modo da poterlo anticipare prima che si manifesti. Se ad esempio scattiamo ogniqualvolta un cliente entra in negozio, notiamo che il nostro stato d'animo cambia e ci indisponiamo nei confronti della prossima possibile interazione con lui, potremo focalizzare l'attenzione su cosa avviene dentro di noi, quando quello specifico pulsante viene premuto. Potremmo provare una fitta allo stomaco oppure una tensione all'addome oppure avere i muscoli del volto tesi. Sono risposte che non possono essere controllate perché generate dal cervello limbico che regola automaticamente le risposte emotive.

3. RISTRUTTURARE I COPIONI



Proprio come una sceneggiatura, è possibile riscrivere il copione che conduce al comportamento automatico indesiderato o non ottimale, modificando il significato che quel segnale ha acquistato per noi attraverso gli apprendimenti del passato. Tutti i nostri automatismi nascono da memorie registrate nella nostra esperienza che si traducono in apprendimenti automatici che non possiamo controllare. Questi apprendimenti ci fanno vedere la realtà attraverso una prospettiva che fa scattare in noi determinati

sentimenti e comportamenti che, una volta avviati, non possono essere interrotti o modificati attraverso la forza di volontà.

Questi devono essere trasformati prima che la situazione si ripresenti ed è possibile farlo attraverso l'immaginazione, rivivendo la scena, possibilmente al rallenty e da differenti angolazioni, introducendo piccole modifiche registiche. Il tutto va sentito profondamente nel corpo, rivivendo



la situazione in un momento di tranquillità, quando il nostro stato percettivo sia diverso da quello attivato dal trigger. In questo modo le situazioni potranno essere sganciate dalle memorie del passato e associate a nuove reti. Veri e propri percorsi neurali.

Focalizzarsi sulla presenza per ampliarla significa sviluppare la capacità di essere consapevoli di sé, del proprio stato emotivo, dei segnali che arrivano dal nostro corpo e dalla nostra mente

Il consiglio è quello di provare a sperimentare questa tecnica su piccoli copioni con un livello di disturbo molto basso, invece di colpire subito il mostro finale.

CONCLUSIONI

Spesso riguardo a queste situazioni problematiche si tende a chiacchierare e razionalizzare, cercando di capire il perché e il come ci si dovrebbe comportare, focalizzando l'attenzione sugli errori degli altri e su come sono stati inopportuni. Ma purtroppo tutto ciò serve solo ad alimentare il ripetersi degli stessi spiacevoli eventi.

Questo per due ragioni:

- la prima è che il livello mentale incide molto poco sul livello emotivo. Se non abbiamo sperimentato attraverso il corpo il cambiamento, non sarà possibile manifestarlo. Il risultato sarà che avremo soltanto rimuginato camuffando il tutto da ragionamenti, che vorrebbero essere un tentativo di liberarci del disagio vissuto, ma di cui invece sono solo un sintomo;
- la seconda è che orientandoci sugli errori degli altri - invece che sulle nostre risposte automatiche e sulla nostra chiave di lettura del contesto - perdiamo il potere di modificare la situazione, dato che gli altri non possono essere manovrati come burattini... Inoltre in questo modo rinforziamo solo la prospettiva percettiva che reitera il copione, facendo sì che il trigger scateni lo stesso identico film.

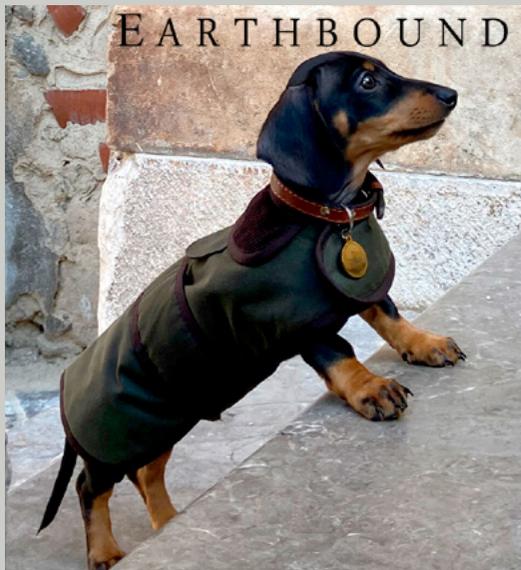
Proprio come il cane di Pavlov, che continua a sbavare ogniqualvolta suona la campanella.



**EMILIO
GERBONI**

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

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



Solo nei
migliori

Pet Shop

O SU

delashop.it

per informazioni
info@delashop.it





ATTENZIONE ALLE MAIL DI "GOOGLE"

che ti propongono fantastiche opportunità

SIMONE LONGATO

Impara a riconoscere chi si spaccia per Google e a non farti prendere in giro

Mi ha chiamato Google... In questi anni ho raccolto una serie di messaggi, email - e talvolta anche cartoline - di attività che si spacciavano per Google o comunque di aziende che affermavano di operare per il motore di ricerca.

Sì, hai capito bene, si presentavano come incaricati di Google e sbandieravano che grazie a loro era possibile essere "in prima posizione" sul motore di ricerca tutto l'anno, a soli 99 euro!

Il materiale raccolto è talmente tanto che non basterebbe un sito web (esagerato!).

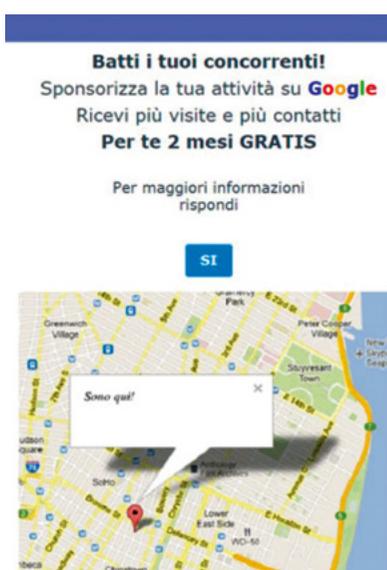
Ma ho due approfondimenti a riguardo.

- 1 Un video di *Striscia la Notizia* abbastanza recente: azienda XXX che contatta con telemarketing aggressivo dicendo di essere Google, ma che ovviamente non ha nulla a che vedere con il motore di ricerca.
- 2 Una email arrivata a un nostro cliente, che ce l'ha inoltrata per presa visione.

Così ho deciso di intraprendere una veloce analisi per aiutare te e il tuo negozio a individuare meglio chi, con mezzi non proprio corretti, cerca di accaparrarsi quote di mercato, probabilmente giocando sulla non-conoscenza della materia.

Ecco, qui a destra, l'email. È del 29 luglio 2020.

Ovviamente ho sorriso.





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.



Come riconoscere una email spam in azienda è spiegato sul mio sito (<https://www.simonelongato.it/riconoscere-email-false-azienda/>).

Ora ti spiego anche come riconoscere chi si spaccia per Google e come evitare di farti prendere in giro.

Per non incorrere in ripicche, ho omesso il nome dell'azienda e il relativo sito web, ma ha poca importanza, perché ogni giorno di queste truffe ne vengono architettate un sacco. L'importante è capire il concetto di base.

A COSA STARE ATTENTI?

1. NOME DELL'ATTIVITÀ E SITO WEB

L'email è stata inviata da un fantomatico sito chiamato, tipo, "Aumenta i contatti vincenti" (come spiegato prima, il vero nome non è questo, ma suonava simile).

Il sito web era di una sola pagina, con poche informazioni riguardo l'attività e ovviamente è stato fatto sparire pochi mesi dopo.

Il logo di Google **NON** si può usare così, per pubblicità commerciali, infatti lo hanno simulato.

Perché il vero logo di Google è questo:



2. I DUE MESI GRATIS

I due mesi gratis... semplicemente non esistono!

Google può offrirti un coupon alla prima campagna attivata (con MAGNET lo riscuotiamo ogni volta) ma ti dà una percentuale di advertising gratis in base alla spesa del primo mese e con un massimale.

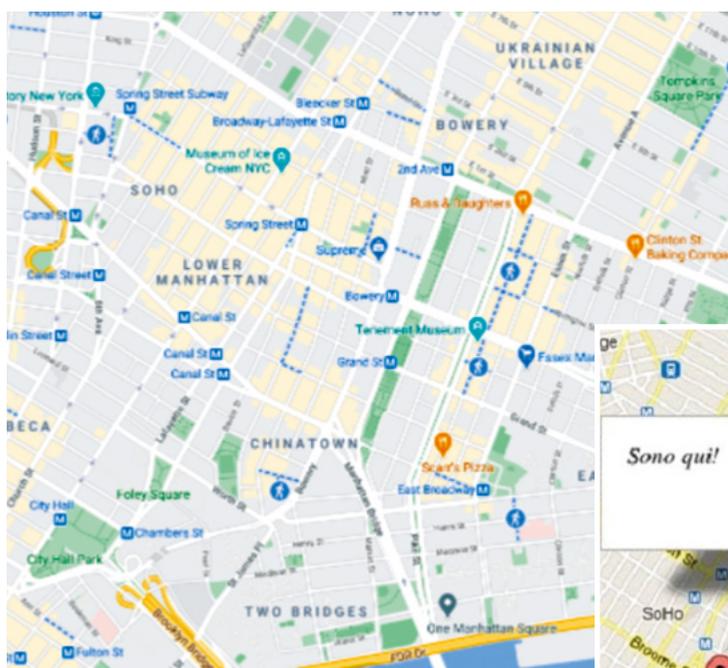
Dunque **NON** crediamo alle favole del gratis!

3. CHICCA FINALE

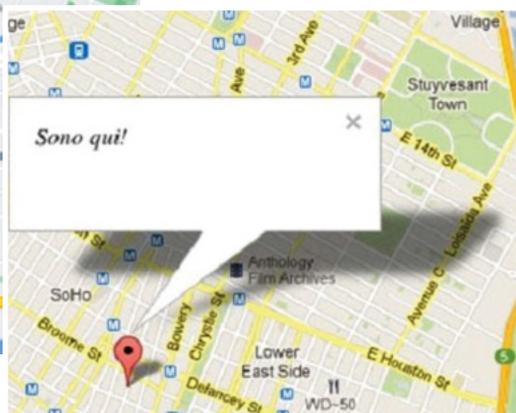
Nella mappa in realtà... sono presenti alcuni quartieri di New York, ti riporto qui l'originale.

e se vuoi vedere la mappa interattiva direttamente su Google Maps questo è il link: (<https://www.google.com/maps/@40.7190286,-73.9932482,15z>).

Se hai dei dubbi, ti mostro anche l'ingrandimento della prima mappa, così puoi confrontare.



Non puoi nemmeno pensare che la mappa indichi dove si trova la sede di Google, che è a Mountain View in California, nel cosiddetto Googleplex (che dista, dal luogo della piantina "incriminata", ben 44 ore di viaggio, circa 4.700 km di distanza).



BASTA PIT STOP
PER FARE I TUOI BISOGNI,
IL TUO VIAGGIO
PUÒ CONTINUARE!!!



DESIGN: OFFICINAGRAFICA.IT



NUOVO SKUDO3 CAT TRAVEL

IL PRIMO TRASPORTINO CON LETTIERA INTEGRATA!

Gatti, vacanze, viaggi ed incontinenza???

MPS lancia una nuova ed innovativa soluzione brevettata: confortevole e pratico, dotato di cassetto e vano portaoggetti. D'ora in poi il tuo gatto non dovrà più uscire dal trasportino per i bisogni durante il viaggio.

Distribuito in esclusiva da I.G.C. s.r.l.

Leopet



VIDEO
Skudo history video

Compartment
for cat litter



Compartment
for scoop





Dunque, una piantina inserita a caso, praticamente. Ma procediamo.

4. COSA SUCCEDDE SE CLICCO

Cliccando sul pulsante “Sì”, si viene catapultati in un form online (sempre tra gli strumenti che Google offre, ma ignaro ovviamente del fine ultimo) dove inserire i vari dati della tua attività: nome negozio, nome e cognome referente, email e numero di telefono e... basta. Probabilmente da qui in poi si rischia di venire chiamati a ripetizione da centralini di telemarketing o inondati di email spam per i prossimi 5/10 anni.

LA REGOLA DEI GRANDI NUMERI

Dunque sono stati presi indirizzi web senza consenso e sono state spedite a un gran numero di persone pubblicità a caso. E in questo *mare magnum* qualcuno si fa avanti. E acquista. La regola dei grandi numeri.



BREVE ANALISI:

- Volevano per forza rifilare una “scottatura” a chi chiamava? Non ne ho le prove, ma tanti indizi...
- Non hanno scritto espressamente “noi siamo Google”. Sì, questo è vero, però diciamo che la maggior parte delle persone può pensare, a un primo sguardo non attento, che si tratti proprio di Google. Utilizzare di continuo quel logo, anche nel form, non mi ha certo convinto che fosse fatto in buona fede.



- Ma la mappa... No, una mappa a caso della città di New York è un chiaro segnale che qualcosa non è stato fatto adeguatamente.

Il tuo negozio si merita questo? Spargi la voce, gira questa email, fai copia-incolla e spedisce questo testo, ma fallo sapere. È importante per tutti i negozianti e i professionisti che lavorano seriamente e non si improvvisano a discapito degli altri.

PICCOLO UPDATE

Mentre stavo realizzando questo testo, ho ricevuto una email con contenuti molto simili da un account differente (e anche svariati SMS). Sempre lo stesso schema... l'indirizzo del sito dal quale arriva la email è un sito farlocco, non vi sono dati aziendali ed è specificatamente pensato per trarre in inganno l'utente.



Questi sono alcuni SMS ricevuti e totalmente fuori target, visto che li ho ricevuti anche io.

CONCLUSIONI

E ricordati... Google **NON** ti telefona e **NON** viene nel tuo negozio.

Posiziona su **GOOGLE** in **PRIMA PAGINA** la tua attività. **SOLO** per te **2 MESI GRATIS**. Per maggiori **INFO**, rispondi **SI**

GOOGLE porta la tua azienda in prima pagina. **SOLO PER TE 2 MESI GRATIS**. Per info rispondi **OK**

Google sponsorizza la tua attività per essere più visibile rispetto ai tuoi concorrenti! Per te **2 mesi GRATIS**. Per info rispondi **SI**

Quindi: massima attenzione quando ricevi comunicazioni che sembrano a nome di Google o quando si presenta qualcuno nel tuo negozio che dice di essere un referente del motore di ricerca.

Fatti sempre alcune domande, tieni a mente l'email di esempio di cui ti ho parlato in questo articolo e, nel dubbio, consultala e condividila con chi può essere interessato.

Sono certo che ti ringrazierà.



**SIMONE
LONGATO**

Si occupa di marketing e comunicazione dal 2003. Negli anni ha acquisito competenze trasversali che gli permettono di sviluppare progetti e soluzioni integrate per creare valore intorno all'azienda, affiancando gli imprenditori con consulenze strategiche per aiutarli ad aumentare il fatturato grazie agli strumenti offerti dal web. Nel 2019 ha fondato Magnet Marketing, agenzia di comunicazione e marketing, insieme al socio Piero Giordano.

Lo puoi conoscere consultando i suoi siti web istituzionali:

www.simonelongato.it - www.magnetmarketing.it.

Ottavi

L'Acquariologia
dal 1978



Gli Essenziali

Nuova formulazione per i prodotti essenziali



AQUA-VIT+

È un biocondizionatore concentrato per eliminare cloro, clorammina, metalli pesanti dell'acqua nuova per l'acquario. Arricchito con Aloe Vera anti-stress.

BIO-VIT+

È composto da 6 ceppi batterici per una maggiore efficacia in tutti i tipi di acquari.

FLORA-VIT+

Un prodotto ricco in sali minerali per il rigoglioso sviluppo e la crescita di tutte le piante d'acquario.

CLORO-VIT+

Toglie immediatamente cloro e clorammine dall'acqua del rubinetto.

I prodotti Ottavi sono prodotti concentrati per ridurre l'uso della plastica per un maggior rispetto dell'ambiente.

www.ottaviacquari.com
info@ottaviacquari.com

DIFENDITI DALLE FALSE ACCUSE DEI DIPENDENTI

senza farti male da solo

FILIPPO GIUNTI

Esaminiamo gli sbagli della difesa del fondatore di Facebook alle accuse di una ex-dipendente per capire cosa puoi fare per risolvere una faccenda simile, senza rischiare di spaccarti le gambe

Le tattiche difensive adottate da Mark Zuckerberg e dai vertici del suo social network per rispondere alle accuse rivolte a Facebook dalla whistleblower (termine inglese in traducibile che indica una persona interna a un'azienda che ne denuncia irregolarità nocive alla collettività) Frances Haugen, sono un ottimo esempio didattico di come spesso le aziende si facciano molto male con le proprie mani.

Una delle sfide di crisis communication più difficili per le aziende, quando rispondono ad accuse vere o false che vengono scagliate loro contro, è cercare di farlo evitando di apparire troppo aggressive e sgradevoli.

Il rischio che corrono è sempre quello di far passare in secondo piano le giuste argomentazioni sulle proprie ragioni e far prendere in simpatia chi invece le attacca, creando, estendendo o peggiorando la crisi.

COSA IMPORTA A TE DELLE ACCUSE A FACEBOOK?

Ma capiamo cosa è successo, prima.

Frances Haugen, ex product manager Facebook, ha testimoniato davanti al Senato americano su quanto il social network cerchi a tutti i costi di “tenere” gli utenti sulle sue piattaforme, anche quando sa che i contenuti con cui interagiscono sono dannosi e potrebbero avere conseguenze molto negative soprattutto sui più giovani.

Facebook non ha esitato a tirare fuori i cannoni e passare subito al contrattacco.

Di sicuro, nel momento in cui sto scrivendo (metà ottobre), è ancora presto per tirare le somme



Vitakraft®



SONNECCHIARE INSIEME LA DOMENICA

...rende felici!

#OURHAPPYMOMENT

La vita è fatta di piccoli momenti da vivere insieme.

Snack Vitakraft, coccole golose con un contenuto extra di pura carne. Produzione Made in Germany, ingredienti di alta qualità, tante vitamine, senza aggiunta di zuccheri ed esaltatori di sapidità.

Una ricompensa irresistibile in tante varianti!

Vitakraft, ogni giorno un momento di felicità.



Scopri di più!



WWW.VITAKRAFT.IT

sulle conseguenze della strategia difensiva di Facebook a queste accuse, perché è avvenuto tutto solo pochi giorni fa.

(Nel frattempo, comunque, è un fatto certo che Facebook ha avuto immediatamente un crollo azionario del 4,8% che ha distrutto miliardi di dollari...).

Quello che possiamo fare però è commentare l'uso delle tattiche di comunicazione di crisi che Facebook ha scelto di utilizzare per rispondere alla testimonianza di Frances Haugen.



Essere messi sotto accusa da un ex dipendente è una delle cause di problemi più frequenti per un'azienda, questo al di là della portata o del giro di affari della società.

Se il tuo pet shop ha anche solo un dipendente, questo può andarsene in giro in ogni momento e sparlare di te e della tua azienda (soprattutto proprio sui social network come Facebook, appunto). Una piccola diceria, se gestita male, può peggiorare la situazione e procurarti un grande danno economico.

Ecco perché è importante continuare a leggere anche per te.

TUTTI GLI SBAGLI NELLE RISPOSTE ALLE ACCUSE A FACEBOOK CHE TI INDICANO COSA NON FARE MAI

1. METTERE IN DISCUSSIONE LA CREDIBILITÀ DELLA PERSONA

ABC News ha riferito che pochi minuti dopo la testimonianza della whistleblower, Facebook ha rilasciato una dichiarazione cercando di screditare la Haugen, affermando che la donna ha lavorato per l'azienda *“per meno di due anni, non ha avuto rapporti diretti, non ha mai partecipato a una riunione decisionale con dirigenti di alto livello - e ha testimoniato più di sei volte di non aver mai lavorato sulla materia della salvaguardia degli utenti”*.

L'errore qui è attaccare la persona, invece di ciò che afferma.

Non ha nessuna importanza se la Haugen ha lavorato in Facebook due anni o venti o se non ha mai messo piede nelle sue boardroom.

È importante solo se quello che afferma è vero o non è vero.

È solo questo che va dimostrato e comunicato.

Ci sono innumerevoli motivi per i quali anche un semplice dipendente può entrare in possesso di informazioni riservate su pratiche poco pulite riguardo un'azienda, anche solo dopo pochi mesi di lavoro.

E, specialmente per una multinazionale, attaccare o screditare direttamente la persona fisica spinge le persone comuni a tifare per lei, come Davide contro Golia.

Si attaccano sempre le accuse, mai le persone.



Kali

GATTA STERILIZZATA
10 MESI

ADORA RILASSARSI NELLA SUA
AMACA VICINO ALLA FINESTRA.

PER LEI EXCLUSION
MEDITERRANEO MONOPROTEIN
FORMULA STERILIZED
AL MANZO.



Ogni Gatto è Unico...

PER LUI SOLO ALIMENTI MONOPROTEICI E UNA FORMULA CHE HA TUTTO IL VALORE DELLA SEMPLICITÀ.

Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain è una linea di alimenti completi e bilanciati, formulati con una sola fonte proteica animale disidratata, per una ricetta chiara ed essenziale, e con solo un cereale nobile di alta qualità. La specifica formulazione aiuta il buon funzionamento delle vie urinarie ed è integrata con Superfood della tradizione Mediterranea: melagrana, more, lamponi e mirtilli neri. Gli alimenti sono arricchiti con Psyllium per aiutare a contrastare la formazione dei boli di pelo, sono senza grasso di pollo, frumento, soia e mais aggiunti e sono preservati con antiossidanti naturali.

Exclusion[®]
Mediterraneo Monoprotein Formula

www.exclusion.it | Get Social   

2. IGNORARE LA PERCEZIONE COMUNE

Il Washington Post riferisce che Facebook ha inviato un post sul blog la mattina presto per difendersi, dicendo che *“proteggere la nostra comunità è più importante che massimizzare i nostri profitti”*.

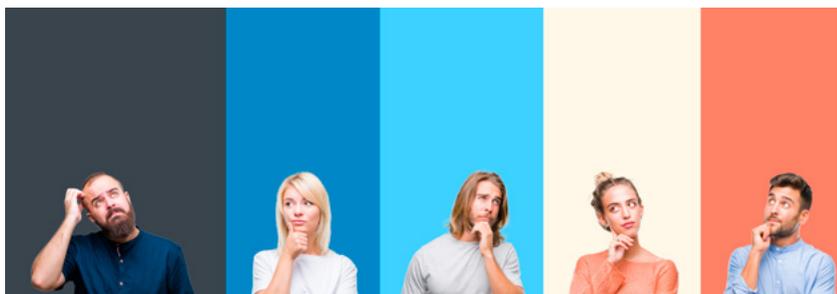
Questo è un errore classico.

La comunicazione di crisi non si costruisce nel vuoto.

Qualunque tipo di risposta di crisi data da un'azienda deve sempre tenere conto della percezione nella testa delle persone non solo dell'azienda stessa ma dell'intero settore (le banche, le multinazionali, le case farmaceutiche...), e partire da lì a costruire il messaggio.

Noi amiamo Facebook, disintegriamo ore e ore del nostro tempo ogni giorno, molti di noi ne sono dipendenti come dalla nicotina... ma non ci crede nessuno che per Facebook proteggere le persone sia più importante che usarle per fare più soldi possibile.

Lo sappiamo tutti che il core business di Facebook sia fare decine di milioni di dollari ogni giorno in vari modi e non quello di proteggerci dal male.



Lo sappiamo, lo accettiamo, ci lamentiamo, cerchiamo di non prestarci al gioco ma poi lo facciamo comunque, pienamente consapevoli.

Per rispondere alle accuse Facebook non può contare su una riserva di benevolenza nei suoi confronti, come non lo potrebbe fare un'azienda produttrice di alcool o un brand di auto sportive velocissime dicendo che la cosa per loro più importante sia la salute e la salvaguardia delle persone.

A peggiorare la situazione ci sono anche i risultati di una ricerca interna di Facebook trapelati sul Wall Street Journal che dimostrano chiaramente quanto Instagram sia 'tossico' per le ragazze adolescenti e che i vertici di Facebook lo sapessero da tempo e non abbiano fatto nulla per evitarlo. (Sì, ultimamente è sempre giornataccia per Mark).

Nel tuo caso, se tra i tuoi clienti hai la reputazione di avere un bruttissimo carattere e un dipendente ti accusa di essere stato minacciato fisicamente da te, sarà difficile tu possa costruire la tua difesa affermando che per te la cosa più importante è creare un piacevole clima familiare all'interno del negozio...

La percezione comune è che i cuccioli venduti nei pet shop siano tenuti male, che soffrano la mancanza di spazio stretti in piccole gabbiette, così come il caldo o il freddo.

I tuoi clienti più stretti magari lo sanno che questo non è vero e che tu tratti da Re i cuccioli che vendi, ma chi non ti conosce sarà vittima di questi stereotipi.

In caso di un'accusa in tal senso, la cosa che devi fare è tenere conto di tutto questo e partire a costruire la tua difesa da lì, dare per scontato che nella testa della maggior parte delle persone sei un criminale che fa soffrire i poveri cuccioli e investire tutte le tue forze nel dimostrare CON I FATTI il contrario.

Si attaccano sempre le accuse, mai le persone



3. NON COMUNICARE ABBASTANZA LE AZIONI FATTE

In una nota ai dipendenti poi pubblicata sulla sua pagina Facebook Zuckerberg, riguardo alla ricerca su Instagram, ha affermato: *“Queste accuse non hanno alcun senso. Se volessimo ignorare la cosa, perché avremmo creato un programma di ricerca per capire meglio gli effetti dei nostri social?”*.

“Se non ci interessasse combattere i contenuti dannosi, allora perché impiegheremmo così tante persone a lavorare su questo, rispetto a qualsiasi altra azienda del nostro campo - anche quelle più grandi di noi?”.

“Se volessimo nascondere i nostri risultati, perché avremmo stabilito uno standard leader del settore per la trasparenza e il reporting su ciò che stiamo facendo?”.

Facendo finta di essere delle anime candide e di non sapere che tutto questo avviene perché Facebook è costantemente sotto gli occhi del mondo ed è spinto a farlo un po' per generare pubbliche relazioni positive e un po' perché appunto... è spinto a farlo dal Senato, le associazioni di consumatori, i competitor, l'opinione pubblica ostile, etc., il problema di crisis communication qui è che tutto questo probabilmente non viene comunicato abbastanza.



La comunicazione di crisi non è l'azione di comunicare ma comunicare l'azione.

Se tante persone sono davvero impiegate in ricerche e sviluppo di soluzioni per mitigare gli effetti dannosi dei social, almeno il doppio dovrebbero essere impiegate nel farlo sapere a tutti, ma proprio a tutti.

Nell'esempio citato sopra, se impegni molta cura nel fare in modo che i piccoli animali venduti nel tuo pet shop siano trattati nella maniera migliore possibile, impegnati doppiamente anche a farlo sapere a tutti, non solo ai tuoi clienti, PRIMA di averne bisogno.

4. CAMUFFARE UN'AZIONE DI MARKETING IN UN GESTO DI RESPONSABILITÀ AZIENDALE

In quello stesso post, Zuckerberg ha affermato: *“Al centro di queste accuse c'è questa idea che noi diamo la priorità al profitto rispetto alla sicurezza e al benessere. Questo non è vero”*.

(...ancora?)

“Per esempio, una cosa che abbiamo fatto è modificare il nostro algoritmo per mostrare meno video virali e più contenuti da amici e familiari, sapendo che questo avrebbe significato che le persone avrebbero passato meno tempo su Facebook, ma le nostre ricerche hanno suggerito che era la cosa giusta da fare per il benessere delle persone. È qualcosa che un'azienda concentrata sui profitti piuttosto che sulle persone farebbe?”.

La comunicazione di crisi non si costruisce nel vuoto

Beh, la risposta è... sì. Questo non è tanto un errore tattico di crisis communication, quanto un'opportuna correzione strategica sul brand fatta passare come azione di altruismo e responsabilità.

Facebook è nato come strumento per restare in contatto e condividere contenuti con amici e familiari. È questo fattore che lo ha fatto crescere e diventare ciò che è.



Molte persone hanno abbandonato Facebook proprio perché negli ultimi anni si sono rese conto che era diventato “altro”. Un frustrante contenitore succhia-tempo pieno di video, test di personalità e articoli virali su qualunque cosa ma sempre meno pronto a far loro sapere che la cugina in Germania aveva deciso di sposarsi con un peruviano conosciuto su Tinder.

È questo che le ricerche avranno suggerito, soprattutto.

Far passare un'azione di marketing per non perdere utenti per una mossa fatta per il benessere delle persone, potrebbe farle arrabbiare.

5. SFIDARE LA LOGICA CON L'IPOCRISIA

Sempre in quello stesso post Zuckerberg ha detto: “Dire che facilitiamo deliberatamente la diffusione di contenuti che fanno arrabbiare le persone per trarne profitto è molto illogico”.

“Guadagniamo con gli annunci e gli inserzionisti ci dicono costantemente che non vogliono i loro annunci accanto a contenuti che generino rabbia. E non conosco nessuna azienda che vuole costruire prodotti che fanno arrabbiare o innervosire le persone. Gli incentivi morali, commerciali e di prodotto puntano tutti nella direzione opposta”.

Di certo Apple non progetterà iPad che faranno arrabbiare chi li usa, la stessa cosa farà Starbucks con le sue caffetterie o Amazon con il suo marketplace (...non lo faranno di proposito, almeno), ma Facebook sa bene che la rabbia, l'indignazione e la controversia generano interazioni infinite e che sono proprio queste che alla fine - il tempo trascorso a scrivere, duellare o protestare - generano profitto.

Di nuovo, l'ipocrisia non passa inosservata a lungo.

Il funzionamento del modello di business di Facebook sarà ignoto a mia mamma e alla sua estetista che scrive post inferociti sul mancato abbassamento dell'iva sugli assorbenti alzando l'engagement del post, forse. Ma tante persone iniziano a conoscerlo bene.

COSA ABBIAMO IMPARATO DAL MODO SBAGLIATO IN CUI FACEBOOK HA RISPOSTO ALLE ACCUSE?

- L'approccio, l'atteggiamento e il tono delle risposte alle accuse sono importanti quanto le parole che vengono dette o scritte.



- Qualunque commento, rapporto, dichiarazione condivisa con dipendenti o personale interno, può facilmente essere inoltrata ad altri e riportata dalla stampa o su web. Attenzione.
- Non si attacca, non si scredita, non si smi-nuisce mai chi ti accusa, ma si affrontano di petto e si smontano solo le sue affermazioni.
- Se operi in un settore pieno di pregiudizi da parte delle persone o se la tua azienda non gode di una buona reputazione e vieni coinvolto in qualcosa che conferma (o anche sembra confermare) queste convinzioni negative, non puoi costruire un messaggio che si basi sulla tua buona fede.



- Lavora in anticipo per fare qualcosa che ti faccia accumulare benevolenza, che ti allontani dai luoghi comuni che colpiscono il tuo settore e fallo sapere a tutti molto prima di averne bisogno per difenderti da un'accusa.
- Parafrasando Ogilvy, un grande pubblicitario degli anni 50: Chi ti giudica non è stupido, è tua moglie. Non dare per scontato che le persone non si informino, non sappiano, non usino la logica per smontare le tue affermazioni.

Per concludere, il crollo azionario non è certo imputabile soltanto alle risposte e ai toni sbagliati usati per controbattere alle accuse a Facebook della Haugen, molto sarà dovuto anche al recente blackout che ha spento tutte le piattaforme collegate (Instagram, WhatsApp e appunto Facebook) per ore e ore.

Facebook e i suoi guadagni, in ogni caso, si sono dimostrati sorprendentemente resistenti negli scorsi anni anche a fronte di scandali ben peggiori come quello di Cambridge Analytica del 2018. Quindi, a parte qualche oscillazione azionaria, il pericolo corso non dovrebbe essere granché grave in ogni caso.

La stessa cosa però molto probabilmente non si potrebbe dire di te e del tuo pet shop.

Non puoi permetterti un margine di errore così ampio in caso di accuse o diffamazioni e un tono, spesso anche una sola frase inadeguata detta, scritta o trasmessa in tua difesa, può provocarti seri danni.

Pensaci molto, molto prima.



**FILIPPO
GIUNTI**

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

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

E può insegnartelo.
pecoranera@me.com

**La comunicazione di crisi
non è l'azione di comunicare
ma comunicare l'azione**



ABBEVERATOIO AUTOMATICO PER CANI - IN ACCIAIO INOX (Art. 201)

- Dimensioni: 27x27x10 cm
Capacità: 2,5 litri
Attacco acqua destro o sinistro
da 1/2" maschio
Tappo a vite di scarico acqua

FERRZOOTECNIA

Via Belgio, 16 - 41122 Modena
Tel. 059 31.34.26 - Cell. 338 37 44 643
www.ferrzootecnia.it - ferrzootecnia@gmail.com



LE OFFERTE DI NATALE DEL TUO PET SHOP:

come promuoverle sul web

SILVIA MARINI

Come ogni anno è in arrivo un periodo di grandi vendite per il tuo negozio. Ma il tuo cliente in realtà è alla ricerca di offerte e promozioni

Sta arrivando il Natale, tempo di pranzi, regali e... sì, anche di sconti. È successo anche nel 2020, periodo nefasto per le attività commerciali, lo sappiamo tutti molto bene. I dati sugli acquisti natalizi dell'anno scorso mostrano però alcuni elementi molto significativi:

- Le vendite online nel periodo natalizio hanno avuto un incremento di circa il 30% (*Salesforce*).
- Il 35% dei consumatori intervistati ha dichiarato che inizia lo shopping natalizio prima della fine di ottobre (*Statista*).
- Il 56% dei consumatori afferma di preferire acquistare online e ritirare l'ordine in negozio (*Facebook*).
- Il 64% degli intervistati ha dichiarato di aver provato nuovi prodotti durante il periodo natalizio (*Facebook*).
- Il 53% dei consumatori afferma di voler supportare i negozi locali durante il periodo dello shopping natalizio (*eBay Christmas Report*).

Tutti dati estremamente interessanti, che ci portano alle seguenti conclusioni:

- Non è più possibile portare avanti soltanto la versione "offline" del proprio pet shop.
- Online e offline non sono nemici, ma devono dialogare tra loro.
- I negozi locali non vengono necessariamente schiacciati dalle grandi multinazionali, a patto di attuare una comunicazione e un marketing efficace.
- Non è possibile dare inizio alla promozione degli sconti di Natale soltanto negli ultimi giorni.

In questo articolo ti spiegherò come promuovere in modo efficace gli sconti natalizi. Un aspetto, questo, sottovalutato dalla maggior parte dei pet shop, che non soltanto attuano gli sconti troppo tardi, negli ultimi giorni prima di Natale, ma utilizzano poco e male la comunicazione sul web.



monge®

Il pet food che parla chiaro

MADE IN ITALY



CRESCE INSIEME A NOI

MONGE TI OFFRE
UNA GRANDE NOVITÀ:
LE CROCCHETTE PUPPY
MANZO MONOPROTEIN*

Una ricetta speciale con tutti i nutrienti essenziali per la sua crescita, naturalmente senza coloranti e conservanti artificiali aggiunti.

*formulato con un'unica fonte proteica animale.

CERCALO NEI MIGLIORI PET SHOP E NEGOZI SPECIALIZZATI

NUOVO!
MANZO MONOPROTEIN

MONGE
La famiglia italiana del pet food

NO CRUELTY TEST

GREENCOMPANY

Vedremo insieme, quindi, come effettuare un vero e proprio “lancio” sui social (e non solo).

Le festività natalizie sono un momento importante per ogni negozio di animali.

Il problema è che se gli sconti natalizi vengono proposti all'ultimo momento, aumentare o no le vendite sarà soltanto un colpo di fortuna.

Al contrario, questo periodo di sconti va pianificato e comunicato ai clienti in tempo.

FASE 1: IL PRE-LANCIO

A questo scopo ti serve un pre-lancio.

Come puoi realizzarlo?

Ti ho già spiegato che non devi promuovere direttamente gli sconti, ma preparare e avvisare chi segue il tuo pet shop sui social.



È necessario quindi che pianifichi un piano editoriale specifico, a tema natalizio, che crei “attesa” per il fantastico periodo del Natale.

Ecco qualche esempio:

- realizza dei video in cui parli del periodo natalizio e degli sconti che si stanno avvicinando;
- crea dei post e dei caroselli in cui presenti gli articoli scontati del tuo pet shop, con una frase tipo “tra pochi giorni li pagherai molto meno...”;
- inserisci un conto alla rovescia dell'inizio degli sconti;
- e così via...

Attenzione però! Non utilizzare foto stock ma sempre foto reali: otterrai molto più coinvolgimento da parte degli utenti.

Un altro consiglio è quello di promuovere questi post per far sapere al maggior numero di persone possibile l'inizio degli sconti natalizi.

Non ti devi limitare ai social ma devi cercare di realizzare una comunicazione integrata. Inserendo per esempio un banner sul tuo sito web, comunicando gli sconti alla mailing list dei tuoi clienti e, magari, stampando dei volantini da distribuire in negozio.

FASE 2: AZIONI DI MARKETING PER PROMUOVERE GLI SCONTI NATALIZI

Attuata la fase 1, molte persone sono venute a conoscenza degli sconti natalizi e di quali sono i prodotti del tuo pet shop maggiormente convenienti per un regalo ad amici, parenti o a Fido.



Ma quando finalmente arriva il periodo natalizio, quali azioni di marketing devi attuare per aumentare le tue vendite?

Tantissime possono essere le strategie che si possono intraprendere.

Ecco le più semplici ed efficaci.

1 RENDI NATALIZI I TUOI PROFILI SOCIAL

Su Facebook e Instagram ci sono tutte le armi per trasmettere un clima natalizio gioioso. Aggiorna, per esempio, la copertina della tua pagina con una bella foto natalizia e una scritta tipo



“Il Natale finalmente è arrivato”, facendo magari anche un riferimento agli sconti del pet shop. Puoi anche creare una nuova foto del tuo profilo davanti a un bell’albero di Natale.

2 PROPONI SCONTI PERSONALIZZATI

Questo è il momento giusto per ringraziare i tuoi clienti più fedeli. Oltre agli sconti generici, puoi realizzare degli sconti o degli omaggi aggiuntivi dedicati soltanto a chi ha già acquistato da te o a chi ti segue da più tempo sui social. È un’ottima strategia per farli sentire apprezzati, come se facessero parte di una community esclusiva!

3 LANCIA UN NUOVO PRODOTTO

È appena arrivato un nuovo prodotto e aspetti il momento perfetto per lanciarlo, ma non sai quando? Perché non cogliere l’opportunità delle festività natalizie? In questo modo puoi suscitare maggiore interesse e coinvolgimento da parte delle persone che, nei periodi festivi, sono più propense ad acquistare.

4 PUBBLICA VIDEO DI AUGURI

Perché non realizzare un video? Un’ulteriore possibilità per creare una relazione con i clienti del pet shop, è registrare un video con gli auguri di Natale per i tuoi follower dallo smartphone o dal tablet, e pubblicarlo come storia su Facebook e Instagram.



5 PROPONI LA SPEDIZIONE GRATUITA

Oltre agli sconti puoi offrire ai tuoi clienti la spedizione gratuita. Attenzione, però: è importante essere sempre chiari sui tempi di consegna; le persone, soprattutto in questi frenetici giorni di acquisti natalizi, non amano aspettare!

Anche in questo caso il consiglio è quello di utilizzare la pubblicità su Facebook e Instagram per promuovere le promozioni natalizie, inviandole a chi aveva interagito con i post del pre-lancio, attraverso la strategia del retargeting di cui ho parlato in un articolo precedente (vedi *Zampotta Pet Business*, giugno, pag. 42).

CONCLUSIONI

Non fare le cose a caso.

Attua una strategia:

- Pensa a un pre-lancio, con contenuti che creino attesa.
- Promuovi con la pubblicità su social e web questi contenuti.
- Crea durante il periodo di Natale diversi tipi di promozioni, per diversi clienti.
- Integra la tua comunicazione (sui social, sul sito, sulla tua mailing list).
- Utilizza Facebook Ads per i contenuti del lancio, inviandoli a chi ha già visto quelli del tuo pre-lancio.

Promuovere il tuo negozio online è sempre importante per “conquistare” nuovi clienti.

Con questo articolo spero però di avverti suggerito nuove idee per sfruttare promozioni e sconti e vendere alla grande in particolare durante il periodo delle festività natalizie!



**SILVIA
MARINI**

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

L'ANALISI SWOT: PIANIFICA E RAGGIUNGI

i tuoi obiettivi di business

ASSUNTA INCARNATO

Prendi le giuste decisioni per differenziarti dalla concorrenza e pianificare strategie vincenti per il tuo pet shop

Nei precedenti numeri di Zampotta Pet Business abbiamo spesso affermato e sottolineato quanto sia importante per un imprenditore conoscere il proprio modello di business per fare impresa in modo profittevole nel XXI secolo.

In particolare mese per mese ci siamo concentrati sia sul contesto **INTERNO** di un'impresa (cliente target, sistema di offerta, organizzazione aziendale) che su quello **ESTERNO** (macroambiente, spazio competitivo), senza i quali si rischia di formulare obiettivi difficilmente raggiungibili e strategie destinate a rivelarsi fallimentari.

Insomma, tanta carne al fuoco.

Tuttavia, quando si analizza approfonditamente un modello di business - sia dal punto di vista interno che esterno - spesso è facile perdere il focus e non valutare adeguatamente variabili veramente importanti, che poi costituiranno la base per l'elaborazione della strategia.

Ecco perché in questo nuovo articolo voglio fare il punto della situazione e parlarti di uno strumento molto efficace, che ti aiuterà a prendere le giuste decisioni per differenziarti rispetto ai concorrenti e pianificare i tuoi obiettivi di business.

COME AVERE UN QUADRO D'INSIEME: L'ANALISI SWOT

Uno degli strumenti di cui mi avvalgo ormai da anni per analizzare la validità di un modello di business e stabilire un piano strategico davvero efficace, è il **modello SWOT**.

Nel caso in cui non ne avessi mai sentito parlare, la matrice SWOT è uno strumento di pianificazione strategica che viene diffusamente utilizzato da oltre cinquant'anni e che permette di va-



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

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

lutare in modo rapido ma completo uno specifico business o progetto, a partire dall'analisi delle condizioni interne (in primis risorse e capacità di penetrazione del mercato) e di quelle esterne (macroambiente e spazio competitivo).

Il termine SWOT è l'acronimo di:

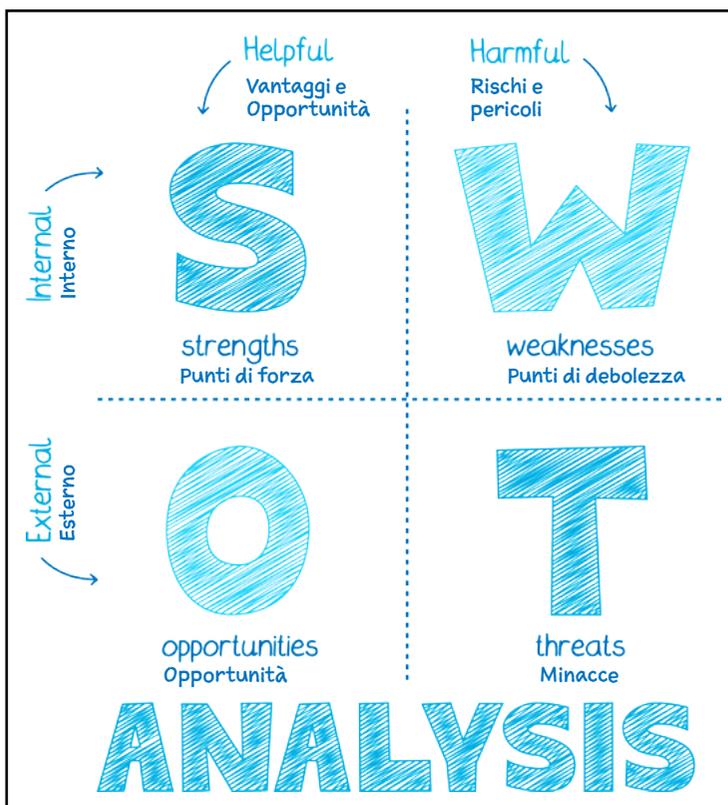
- Strengths (punti di forza)
- Weaknesses (punti di debolezza)
- Opportunities (opportunità)
- Treaths (minacce)

Graficamente il modello è molto semplice. Ecco come si presenta.

La matrice SWOT è leggibile non solo per singolo riquadro, ma anche per coppie di riquadri.

Le due aree nella metà superiore della matrice mostrano gli elementi distintivi delle condizioni interne dell'azienda (**punti di forza e di debolezza**), mentre i due campi della parte inferiore riportano gli elementi relativi all'ambiente esterno nel quale opera il tuo pet shop (**opportunità e minacce**).

Se invece prendiamo in esame i due campi sul lato sinistro, troviamo vantaggi e opportunità che possono essere sfruttati; mentre le due aree a destra indicano rischi e pericoli da tenere in considerazione e, possibilmente, affrontare in atteggiamento proattivo.



Analizziamo ora assieme ciascun elemento.

1. PUNTI DI FORZA DELL'AZIENDA (STRENGTHS)

Tutte le aziende hanno dei punti di forza, ovvero dei fattori interni che consentono loro di differenziarsi dalla proposta della concorrenza, e che quindi vanno enfatizzati.

In generale costituiscono punti di forza tutte quelle competenze, capacità e risorse in grado di garantire a chi le possiede un vantaggio competitivo duraturo e difendibile nel tempo.

Alcuni esempi possono essere:

- un servizio particolarmente apprezzato dai clienti;
- un team di lavoro affiatato ed efficiente;
- l'efficacia della funzione marketing;
- una quota di mercato consistente rispetto ai concorrenti;
- l'accesso a risorse chiave difficili da ottenere da parte dei concorrenti.

Quindi, le domande che dovresti porti sono:

"Il mio pet shop che cosa fa particolarmente bene rispetto ai concorrenti?"

"Che cosa apprezzano di più i miei clienti?"

"Quali sono le persone o le risorse chiave dell'azienda?"



Rispondere precisamente a queste domande costituisce il primo passo fondamentale per far emergere i tuoi punti di forza, sui quali puntare per rendere il tuo pet shop più attrattivo agli occhi dei tuoi potenziali clienti.

2. PUNTI DI DEBOLEZZA DELL'AZIENDA (WEAKNESSES)

Analogamente, ogni progetto imprenditoriale ha anche dei punti di debolezza, che devono essere indagati e approfonditi dato che possono essere neutralizzati adottando strategie alternative o costituire possibili aree di miglioramento.

Prodotti o servizi indifferenziati, mancanza di competenze specialistiche nel marketing, assenza di innovazione, problemi all'interno del team, processi aziendali che necessitano di miglioramenti, cattiva reputazione... sono senz'altro tutti punti di debolezza che devono essere costantemente monitorati e possibilmente migliorati.

Quindi:

- Quali sono i punti deboli del tuo pet shop?
- Come puoi migliorare le tue procedure interne per aumentare la produttività e quindi minimizzare il costo del lavoro?
- Quali sono le motivazioni per le quali i tuoi clienti ti tradiscono con i tuoi concorrenti?
- Etc.



Prenditi tutto il tempo che ti serve per analizzare la tua impresa e individuare tutti i colli di bottiglia che ne stanno frenando lo sviluppo.

3. OPPORTUNITÀ DA COGLIERE (OPPORTUNITIES)

Di fatto le opportunità rappresentano fattori esterni all'impresa che, se adeguatamente individuati e sfruttati, permettono di migliorare sensibilmente la posizione competitiva e di assumere un ruolo guida nel proprio settore di riferimento.

- Quali sono i trend positivi che si stanno delineando nel tuo settore e che potresti sfruttare a tuo vantaggio (ad es. dinamiche tecnologiche, modifiche normative, cambiamenti psicografici nel mercato target, etc.)?
- Ci sono nuove nicchie/opportunità di mercato che potresti aggredire per primo per espandere la tua attività?
- Come si stanno muovendo i tuoi concorrenti? Puoi guadagnare delle posizioni di vantaggio a loro carico?



Un esempio: il servizio postale pubblico, percepito come poco efficiente e puntuale, indirettamente ha incentivato il business dei corrieri e dei servizi postali privati, che ha goduto di un aumento generalizzato di clientela e quindi di quote di mercato.

4. MINACCE DA MONITORARE (THREATS)

In corrispondenza delle opportunità, in ogni situazione sussistono anche delle minacce che è assolutamente necessario individuare e monitorare nel tempo, per far sì quanto meno che non pregiudichino il modello di business del tuo pet shop.

Le minacce possono essere di diversa natura.



Ad esempio, costituisce senz'altro una minaccia un concorrente che - grazie all'accesso privilegiato ad un canale di distribuzione - riesce ad introdurre sul mercato un prodotto migliore del tuo, rubandoti clienti e quindi quote di mercato.

Oppure costituiscono minacce i cambiamenti nei gusti o nelle abitudini dei clienti, l'introduzione di nuove regolamentazioni restrittive, politiche del lavoro che rendono più complessa e onerosa l'assunzione di collaboratori, etc.

Anche questi aspetti devono essere attentamente monitorati, per farsi trovare pronti e reattivi al cambiamento.



IN CONCLUSIONE

La matrice SWOT è uno strumento semplice ma allo stesso tempo efficace per identificare e pianificare le strategie di crescita da perseguire per raggiungere i tuoi obiettivi di business.

Che cosa puoi fare adesso?



**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 *"Il bilancio confessa!"*.
www.incarnato.consulting

Il mio consiglio è quello di prendere un foglio bianco e di dividerlo in quattro parti. Poi, per ciascuna sezione (S-W-O-T), puoi rispondere alle domande che ci siamo posti in questo articolo e approfondirle in modo tale da capire ciò che stai facendo bene, come implementare ciò che manca al modello di business della tua impresa, come sfruttare al massimo le opportunità e ridurre al minimo i rischi che il tuo pet shop corre ogni giorno.

In questo modo avrai di fronte a te una mappa ben precisa che potrai utilizzare per verificare i presupposti per la formulazione di una strategia aziendale efficace e raggiungere i tuoi obiettivi di business.

A presto!



IL BILANCIO CONFESSA!

È possibile per un imprenditore capirne di numeri, anche se non è un laureato in Economia?

Fatturato traballante, margini sempre più risicati, liquidità che non si sa bene che fine fa...

Oggi più che mai un imprenditore - per gestire la propria impresa in maniera consapevole e prendere decisioni strategiche corrette - non può solo affidarsi all'intuito, ma deve guardare ai numeri che davvero contano.

In questo libro, frutto di tanti anni di esperienza al fianco di imprenditori come te, viene spiegato in maniera semplice ed estremamente pratica tutto quello che devi sapere per monitorare la situazione economica, patrimoniale e finanziaria della tua impresa e incrementare velocemente Fatturato, Utili e Liquidità.

Disponibile al link: <https://incarnato.consulting/ilbc-libro>.



PET WEAR COLLECTION



FILLISHION
MILANO



Scopri tutti i modelli
della collezione 2021/22
sul nostro sito.





IL TUO FIDO È A RISCHIO

ecco le trappole da evitare

GIUSEPPE DI DOMENICO

Quando la tua azienda va nella direzione sbagliata, i soldi non entrano e non fai fronte a tutti i debiti, è normale doversi confrontare con la minaccia di revoca del fido bancario

“**I**l direttore della banca mi ha chiamato questa mattina per dirmi che se non verso subito 10 mila euro parte con la revoca del fido bancario e la segnalazione a sofferenza”.

Dalla voce del mio cliente si percepiva tutta l'angoscia che stava provando dopo aver ricevuto quella sgradevole telefonata, che era suonata più come una minaccia che come una soluzione tecnica a un problema di finanza.

D'altronde capita spesso che un imprenditore si trovi ad affrontare una situazione del genere.

A dire il vero non tutti i direttori utilizzano un tono minaccioso. Ma non è così raro trovarsi dall'altra parte della scrivania un funzionario di banca particolarmente zelante, che con fare sbrigativo e toni minacciosi, dopo aver visto troppe volte le repliche del Padrino, si relaziona con gli imprenditori come il buon vecchio Don Vito.

La revoca del fido è uno di quegli eventi che sconvolgono la vita di un imprenditore abituato da anni a contare su quelle somme prestate dalla banca.

E la sola minaccia rischia di mandare nel pallone anche le menti più lucide.

Poco importa se sono anni che il conto è sempre in rosso, il fido è utilizzato “a tappo” da non sai più quanto tempo e per poter spostare anche un solo centesimo è necessario che arrivi un bonifico dai clienti.

Non conta che di fatto, se i tuoi conti correnti sono in questo stato asfittico, stai già lavorando da tempo SOLO con i tuoi soldi.



THE ATTRACTION OF NATURE

www.misterpetsrl.com

**ZERO
CEREALS**



MADE IN ITALY
Primordial
by Mister Pet

GRAIN FREE

HOLISTIC NUTRITION HIGHLY FRESH MEAT

Natural ingredients that respect the evolutionary origin of dogs and cats

100%
NATURAL

70%
ANIMAL
ingredients

30%
VEGETABLES
herbs and fruits

 **MISTERPET**

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

La sola esistenza di un contratto di fido di cassa ti dà in qualche modo sicurezza, una sicurezza che viene spazzata via quando minacciano la revoca del fido.

“Come avviene la revoca del fido?”

Quando arriva la lettera di revoca del fido la banca ti chiede la restituzione dell'importo in un'unica soluzione.

La raccomandata o la PEC che ricevi riporta solo poche, glaciali parole, con le quali sei “invitato” a rimborsare il prestito entro 10/15 giorni al massimo, e ti ricorda che secondo le regole della Banca d'Italia se non rispetti la scadenza potrai essere segnalato a sofferenza.

È normale avere paura.

QUAL È IL MODO GIUSTO PER REAGIRE ALLA MINACCIA DI REVOCA DEL FIDO BANCARIO

Il vero problema scatenato dalla revoca del fido bancario è l'impossibilità di utilizzare i soldi che ti arrivano sul conto corrente. Anche se non tutti gli imprenditori se ne rendono conto.

Succede più o meno questo.

Le operazioni in uscita vengono bloccate, gli addebiti automatici vengono rifiutati e perfino gli assegni vengono rimandati indietro protestati (anche se avresti la disponibilità teorica per saldare l'importo dovuto).

Non puoi più usare il conto.

È di questo che devi preoccuparti.

Hai emesso assegni?

Il RID del mutuo viene addebitato su quel conto?

Contatta i tuoi fornitori, trova il modo di pagare il mutuo manualmente, in modo da evitare il protesto di un assegno o la decadenza del beneficio del termine sugli affidamenti ipotecari.

Devi abituarti a non utilizzare quel conto corrente, né il suo saldo negativo.

La gestione ordinaria deve passare da un conto corrente attivo, in modo che tu possa continuare a far lavorare la tua azienda anche senza utilizzare il conto corrente collegato alla revoca del fido.

Tutto qui?

Assolutamente no, queste sono solo le operazioni di emergenza. Quelle necessarie a non farti chiudere bottega domani mattina. Le cose che devi fare se vuoi far sopravvivere l'azienda anche dopo aver ricevuto la lettera di revoca del fido.

Ma il debito con la banca esiste e, in qualche modo, dovrai occupartene.

Prima di decidere la strategia, però, lascia che ti spieghi quali sono gli errori che non devi assolutamente commettere per evitare che la tua situazione di difficoltà finanziaria si trasformi in una crisi senza rimedio.



GLI ERRORI DA EVITARE QUANDO IL DIRETTORE MINACCIA LA REVOCA DEL FIDO

La revoca del fido non arriva mai nel vuoto, nel senso che la minaccia non è mai fine a sé stessa. L'obiettivo del direttore è ottenere la restituzione della somma che la banca ti ha prestato nel minor tempo possibile e nel miglior modo possibile.

Il miglior modo per la banca, naturalmente.

In generale, e in particolare in questa delicata fase di revoca del fido, quando ti siedi per il tuo appuntamento in filiale dall'altra parte della scrivania non hai un amico, non hai un consulente e non hai assolutamente un consigliere.

Chi siede di fronte a te, il direttore o il funzionario di turno, ha l'unico obiettivo di trovare la strada per recuperare i soldi della banca nel minor tempo possibile e di aumentare le possibilità che questo avvenga.

TRAPPOLA # 1 - AUMENTARE LE GARANZIE GIÀ CONCESSE ALLA BANCA IN CAMBIO DEL PIANO DI RIENTRO

Uno dei primi tentativi di recupero è quello di pianificare un piano di rientro dell'esposizione in essere.

La proposta può arrivare in due modi diversi.

Se la tua posizione in Centrale Rischi non è ancora gravemente compromessa, il direttore può azzardare perfino la richiesta di un piccolo mutuo, un finanziamento con importo pari al saldo negativo del conto che permetta di saldare il debito residuo.



Mettere a posto il conto, come dicono loro.

Quando accorpano più linee di credito a rientro, la chiamano operazione di consolidamento dei debiti.

Se invece non è più possibile erogare il finanziamento, ti verrà proposto semplicemente un piano di rientro volontario sul totale del debito. Niente sconti, niente agevolazioni, solo rate sulle quali pagherai gli interessi.

Il conto resterà bloccato ma sarai costretto a convogliare le tue entrate per saldare lo scaduto.

In entrambi i casi (soprattutto nel primo) è probabile che la banca ti proponga un'operazione che aumenti il numero dei garanti o il valore delle garanzie a suo favore. La moneta di scambio è sempre quella maledetta segnalazione a sofferenza.

Nella fase in cui ti trovi concedere un'ipoteca, firmare una cambiale o un assegno a garanzia (sì, te lo chiedono anche le banche) o convincere qualcuno a firmare le fidejussioni a garanzia del rientro sono errori che rischiano di costarti molto cari.

Non importa che tu sia già esposto con le fidejussioni personali.

Quello che stai firmando peggiorerà la tua posizione e migliorerà quella della banca.



D'altronde, se così non fosse, che ragione avrebbe il direttore di condizionare il piano di rientro a quella ulteriore concessione?

TRAPPOLA # 2 - ACCETTARE PIANI DI RIENTRO INSOSTENIBILI PER PAURA DELLE SEGNALAZIONI NEGATIVE

Uno degli errori peggiori che ho rilevato analizzando i casi dei miei clienti più in crisi è stato quello commesso dagli imprenditori che hanno tentato, da soli o aiutati da qualche professionista dilettante, di concordare dei piani di rientro insostenibili con le banche.

In pratica l'idea che sta dietro questa "bislacca" strategia è questa: prendo tempo, i creditori si calmano e incrocio le dita sperando di farcela.

Quando l'imprenditore da solo porta avanti le trattative, è l'ottimismo imprenditoriale ad accecare la ragionevolezza degli accordi. Quello e la pressione psicologica esercitata dalle figure di riferimento in filiale.

Se è il professionista a concordare simili rientri, la situazione è più drammatica. La ragione principale alla base di questo scivolone è che non ha analizzato o compreso le dinamiche aziendali.

D'altronde, se vai da un avvocato con il decreto ingiuntivo della banca, lui pensa a preparare l'atto di difesa, non a fare in modo che quell'atto non provochi danni alla tua azienda...

E se vai dal commercialista con la cartella esattoriale, al massimo ti presenta l'istanza di rateazione, non considera certo le implicazioni sulla capacità di sostenere il peso finanziario di quelle rate.

In ogni caso, a prescindere dal colpevole, il rischio che corri accettando un piano di rientro insostenibile è quello di accelerare il processo di recupero crediti.

Nulla fa scattare i segnali di allarme delle banche più di un piano di rientro non rispettato.

TRAPPOLA # 3 - RINUNCIARE AD INVESTIRE NELLA CRESCITA DELLA TUA IMPRESA

Ho conosciuto imprenditori che, pur di rispettare il piano di rientro firmato con la banca, rinunciavano a qualsiasi opportunità di crescita della propria azienda.

Dipendenti licenziati, investimenti interrotti, perfino ordini rifiutati...



Il problema di una gestione finanziaria di questo tipo è che in questo modo l'azienda non fa altro che avviarsi su sé stessa.

Meno lavoro = Meno fatturato = Meno margini di guadagno = Meno possibilità di pagare i debiti arretrati

Non c'è modo di sfuggire a questa formula.

Le aziende in crisi hanno bisogno prima di tutto di lavorare.

Tramite il lavoro è possibile risolvere la crisi finanziaria, mentre al contrario, risanare i debiti è una condizione che da sola non ti permette di aumentare i tuoi margini di guadagno.



COSA PUOI DAVVERO FARE PER AFFRONTARE LA MINACCIA DI REVOCA DEL FIDO BANCARIO?

La soluzione è una sola: convogliare le risorse economiche rimaste per portare nuovo lavoro in azienda e negoziare con le banche accordi che ti permettano di risparmiare sul debito da restituire.

Per migliorare l'equilibrio finanziario della tua impresa ed evitare che la revoca del fido di cassa possa farti estinguere come un dinosauro, devi concentrarti sul tuo lavoro e nello stesso tempo ottenere dalle tue banche il massimo sconto possibile sul debito residuo.

È l'unica strada per far fronte al debito che si è accumulato a causa dei problemi del passato.

Abbandona la ricerca di un nuovo fido, liberati del vincolo imposto dalle banche e riprendi in mano le redini della tua azienda ripensando alla parte commerciale.

In questo modo riuscirai ad innescare il corretto meccanismo di gestione finanziaria dell'impresa fatto da vendita-incasso-pagamento che ti permetterà di renderla finanziariamente solida e eliminare per sempre i rischi ai quali sei andato incontro fino a questo momento.



**GIUSEPPE
DI DOMENICO**

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

La revoca del fido è uno di quegli eventi che sconvolgono la vita di un imprenditore, abituato da anni a contare su quelle somme prestate dalla banca

So che non è facile e niente può essere lasciato al caso.

Questo è infatti uno degli interventi più delicati che un'azienda può mettere in pratica.

Il percorso di ogni imprenditore che vuole salvare la propria impresa inizia sempre con un'analisi preliminare in cui viene raccolto tutto il materiale necessario a capire quale sia lo stato di salute dell'azienda e soprattutto cosa potrebbe succederle da un momento all'altro se continua sulla strada intrapresa.

È necessario definire e analizzare le tue linee di credito, il tuo fatturato, il tuo rapporto con i fornitori per far sì che tu sappia come e da dove iniziare per salvare il tuo business.

Devi approfondire nel dettaglio la situazione della tua azienda e il livello di rischio al quale sei esposto: capire cosa rischi veramente, cosa è ancora possibile fare, come intervenire, qual è la direzione migliore da prendere e come agire nell'immediato.

Ovviamente non conosco i tuoi problemi nel particolare, ma quello che posso dirti è che aspettare che qualcosa si risolva NON è la strategia giusta in NESSUN caso.

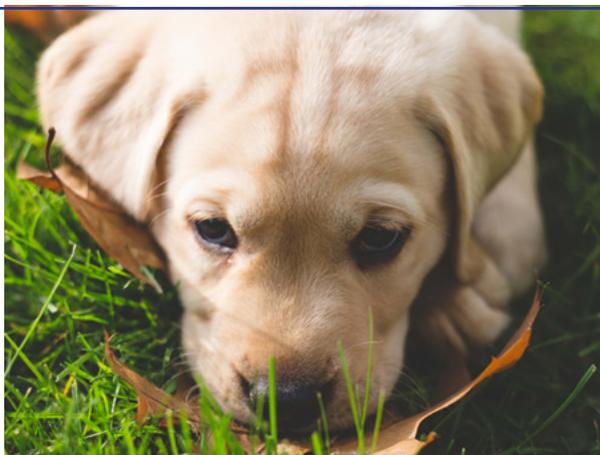
Devi agire subito, prima che sia davvero troppo tardi.

Anche questa volta, la scelta è solo nelle tue mani.



Dal confronto con i clienti

Una linea dedicata al solo canale specialist, formulata grazie all'apporto di allevatori, nutrizionisti e proprietari pet



Se il quattrozampe del vostro cliente non è a dieta o non ha particolari esigenze di salute e se il proprietario pet non segue indicazioni specifiche legate alle sue preferenze alimentari, allora una delle richieste prevalenti è quella di offrire formulazioni semplici, complete e bilanciate a seconda della taglia e dello stile di vita dell'animale.



Gli alimenti *Monge Natural Superpremium* rappresentano un'ottima soluzione per questa tipologia di consumatori perché sono il frutto di una consolidata esperienza nel campo della nutrizione dei piccoli amici da parte dell'azienda, che da oltre 50 anni propone ricette



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



basate su nutrienti che favoriscono il benessere quotidiano.

In linea con l'attenzione che Monge ha sempre riservato ai professionisti del pet, *Monge Natural Superpremium* costituisce la gamma top seller dell'azienda, la cui vendita è riservata unicamente al canale specialist - pet shop, catene pet e garden center.

Proteine come primo ingrediente

Le formulazioni proposte sono state sviluppate tenendo in considerazione il peso corporeo ideale, l'età, l'attività e lo stile di vita dell'animale, grazie ai continui confronti con gli allevatori, i consumatori e i nutrizionisti, per offrire un prodotto gustoso e bilanciato.

NUTRIZIONE SUPERPREMIUM SU MISURA PER OGNI CANE

Extra small: per le taglie più piccole, che amano vivere in appartamento e in città.

Mini: per le razze di dimensioni ridotte ma di grande vivacità e allegria.

Medium: per i cani adatti a una famiglia con bambini, che hanno bisogno dello stesso amore.

Maxi: per i cani più grandi, la cui dimensione richiede spesso una notevole carica di energia.

Monoprotein: per i cani che necessitano di un'alimentazione specifica, formulata con una sola proteina di origine animale.

Speciality: per variare la dieta di tutti i giorni, per i soggetti sensibili, per quelli attivi e dinamici o con tendenza al sovrappeso.

CUSTOMIZED SUPER PREMIUM NUTRITION FOR DOGS

Extra small: for the smaller sizes that live in flats and in towns.

Mini: for small breeds that are also lively and happy.

Medium: for dogs suited for families with children and require the same love.

Maxi: for large dogs, their size often require extra energy.

Monoprotein: for dogs that need a specific nutrition, with only one source of animal proteins.

Speciality: to vary everyday life; for sensitive, active and dynamic dogs or in case of overweight.

FROM THE FEEDBACK OF CUSTOMERS

The line is dedicated to the specialist channel and developed thanks to the support of breeders, nutritionists and pet owners

If the dog of your customer is not on a diet or does not need specific health attention, or if pet owners have no specific indication on the pets' nutritional preferences, they often ask for simple, complete and balanced formulas according to the size and lifestyle of cats and dogs.

Monge Natural Superpremium products are an excellent solution for this type of customers: they are the result of the company's long-term experience in pet nutrition. For over 50 years the company has been offering recipes based on wellness-providing ingredients.

In line with Monge attention to pet professionals, *Monge Natural Superpremium* is the top seller range of the company, dedicated to the specialist channel (pet shops, pet chains and garden centres).

PROTEINS AS FIRST INGREDIENT

Formulas are developed after the ideal body weight, the age, the activity and lifestyle of pets, thanks to the constant feedback of breeders, customers and nutritionists, in order to ensure a tasty and balanced product.

Protein sources are selected after their nutritional features, together with fats, vitamins and minerals: they are the basic ingredient for each product. Their point of strength is animal protein as first ingredient, combined with carbohydrate sources digestible through extrusion.

In order to provide a broader customer service, the range includes bags from 400g to 12kg, which meet every need of pet owners.

Monge Natural Superpremium recipes are made in Italy in Monasterolo di Savigliano (CN) plant, guaranteed by founder Baldassarre Monge and his family, without added artificial colouring and preserving substances and no cruelty test.

FOR GROWING PUPPIES

Monge cares for dogs' well-being since their birth.

That is why the company developed a new recipe in the broad range of products for puppies up to 12 months: *Monge Natural Superpremium All Breeds Puppy&Junior Monoprotein Beef with Rice*.

The new product features one animal protein source (beef), which is also the first ingredient. It is complete and balanced for puppies of all sizes.

The inclusion of fresh meat ensures an excellent digestibility and palatability; moreover, the recipe is supplemented with modern prebiotics (xylo-oligosaccharides X.O.S.) to support intestinal well-being, plus ingredients and vegetable extracts such as echinacea root, oregano, garlic and artichoke extract.

The formula is completed by antioxidant vitamin E and C, which help fight free radicals.



Fonti proteiche selezionate per le loro caratteristiche nutrizionali, insieme a grassi, vitamine e minerali sono i nutrienti base di ogni alimento. Loro punto di forza è la fonte proteica animale come primo ingrediente, associata a fonti di carboidrati resi altamente digeribili mediante il processo di estrusione.

E sempre nell'ottica di favorire il consumatore, la gamma propone referenze da 400 g fino a 12 kg, in grado di soddisfare ogni esigenza dei proprietari pet.

Le ricette *Monge Natural Superpremium* sono tutte made in Italy e prodotte nello stabilimento di Monasterolo di Savigliano (CN).

Garantite come sempre dal fondatore Baldassarre Monge e dalla sua famiglia, sono senza coloranti e conservanti artificiali aggiunti e No Cruelty Test.

Per cani in crescita

Monge ha a cuore il benessere dei cani sin dalle loro prime fasi di vita. Per questo ha sviluppato una nuova ricetta che va ad affiancarsi alla già ricca proposta di prodotti per cuccioli fino a 12 mesi: *Monge Natural Superpremium All Breeds Puppy and Junior Monoprotein Manzo con Riso*.

L'alimento è formulato con un'unica fonte proteica animale, il manzo, che è anche il primo ingrediente, completo e bilanciato per i cani cuccioli di tutte le taglie.

L'inclusione di carne fresca garantisce digeribilità e appetibilità ottimali; inoltre la ricetta è arricchita con prebiotici di ultima generazione (gli xilo-oligosaccaridi X.O.S.) per il supporto del benessere intestinale, e con ingredienti ed estratti vegetali come echinacea, origano, aglio ed estratto di carciofo.

Completano la formula le vitamine E e C con funzione antiossidante, che contribuiscono a neutralizzare i radicali liberi. (M.F.)



Una collezione che sa stupire

Ecco le nuove esclusive linee comfort per il relax di qualità dei quattrozampe dei tuoi clienti



Con l'arrivo dell'autunno aumenta la richiesta da parte dei proprietari pet di prodotti che sappiano offrire un sano relax ai propri inseparabili animali domestici.

Camon, che da sempre pensa sia a loro che ai negozianti, anche per questa stagione ha realizzato tante nuove esclusive linee di cuccie, coperte e cuscini, perfette per il comfort degli amici quattrozampe. Una collezione che stupisce grazie alla qualità e alla produzione made in Italy di Camon e che si armonizza al meglio con gli ambienti domestici più diversi.



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



Recycled



Nuove tonalità per Recycled, lo stile ecosostenibile di Camon

I proprietari pet sostengono il concetto secondo cui innovazione e sostenibilità siano valori che possono (e devono) coesistere. Camon si dimostra ancora una volta all'avanguardia da questo punto di vista con la nuova collezione *Recycled 2021* realizzata con un esclusivo rivestimento in 100% poliestere riciclato.

La linea comprende 2 cuccie rettangolari con imbottitura in ovatta, cuscino interno staccabile e fondo antiscivolo e 5 cuscini rettangolari sfoderabili, anch'essi imbottiti in ovatta e dotati di fondo antiscivolo e comoda maniglia. *Recycled 2021* si conferma una collezione caratterizzata da un design minimal e di grande impatto che si adatta perfettamente sia ai contesti più classici che agli spazi più moderni dei tuoi clienti.

Color Shades, le sfumature che scaldano i mesi freddi

Altra grande novità per i clienti del tuo pet shop sono le collezioni *Color Shades*, disponibili nelle due gradazioni caramello/marrone e cenere/grigio scuro, per una scelta unica e originale. Si compongono di 4 cuccie rettangolari ciascuna, rivestite in tessuto policotone, imbottite in ovatta di poliestere, dotate di cuscino interno staccabile double face e di fondo antiscivolo.

Color Shades



Bau



Bau, il comfort perfetto

A completare la gamma delle main collection autunno/inverno arriva la linea *Bau*, che si distingue per la sua fantasia tipicamente "canina" e per un assortimento completo e capace di soddisfare ogni esigenza della tua clientela. Alle cuccie ovali, disponibili in 7 diverse misure, si aggiungono 3 cuccie rettangolari, una linea di

cuscini rettangolari sfoderabili in 4 misure e altre 2 cuccie ovali nella forma Jetset.

Una varietà di scelta che sorprende sempre

Oltre a queste linee principali Camon ha realizzato altre collezioni di corredo che ampliano ulteriormente la scelta dei pet shop. Si tratta di nuovi set di cuccie ovali e rotonde a forma di ciambella, queste ultime con un caldo rivestimento in pelliccia sintetica per coccolare al meglio l'animale domestico, nonché delle innovative cuccie trasportabili che, grazie alle pratiche maniglie, consentono di trasportare comodamente l'amico quattrozampe."



Comfort made in Italy

La consolidata scelta made in Italy di Camon per le proprie linee comfort rappresenta un elemento distintivo e un investimento rilevante che consentono di realizzare prodotti di alta qualità, rispondenti alle tendenze in fatto di moda e design, avendo il pieno controllo su tutte le fasi produttive, per dare ampio risalto all'artigianalità italiana.

Grande protagonista a Zoomark International

Come sempre Camon sarà presente e protagonista a Zoomark International di Bologna, dal 10 al 12 novembre, con un proprio stand nel quale verranno presentate tutte le linee strategiche dell'azienda, in uno spazio che consentirà ai visitatori di immergersi totalmente nelle scelte, nei valori, nella varietà di assortimento e nella qualità del mondo Camon: un'opportunità preziosa per scoprire e vivere pienamente la "Camon experience". Potrai conoscere tutte le novità di Camon sul sito www.camon.it e sui profili social aziendali Facebook, Twitter, YouTube e Instagram. (A.C.)

AMAZING COLLECTION

Here are the new and exclusive comfort lines for pets' quality relax

Autumn has come and pet owners increasingly demand for products ensuring the relax of their pets.

Camon is always attentive to pets and retailers: the company developed new exclusive lines of beds, blankets and pillows suited for the comfort of pets. An amazing collection, thanks to Camon quality and made-in-Italy production, which fits in with all types of house furnishing.

NEW SHADES FOR RECYCLED, CAMON ECO-SUSTAINABLE STYLE

Pet owners love the concept of innovation and sustainability in one products. Once again, Camon is in the vanguard of the trend thanks to new *Recycled 2021* collection, made with exclusive 100% recycled polyester layer. The line includes 2 rectangular beds with padding, removable pillow and non-slip bottom, plus 5 rectangular pillows with removable cover with padding, non-slip bottom and comfortable handle. *Recycled 2021* collection features a minimal and emotional design, which perfectly fits in with traditional or modern house interiors.

COLOR SHADES, WARM SHADES FOR COLD MONTHS

More great news for your customers: *Color Shades* collections come in caramel/brown and ash/dark grey shades for a unique and original choice. The collections include four rectangular beds each, covered in poly-cotton fabric and padded with polyester; they all feature a double face removable pillow and non-slip bottom.

BAU, PERFECT COMFORT

The main collection Autumn Winter is completed by *Bau*, which features a canine pattern and offers a complete range, suited for every need. Besides oval beds (7 sizes), there are 3 rectangular beds, a line of rectangular pillows with removable cover and 4 sizes plus 2 more oval Jetset beds.

AMAZING CHOICE

Besides the main lines, Camon also developed other collections to provide shops with a broader choice: new sets of oval and ring-shaped beds. Ring-shaped beds are covered in warm faux fur to ensure extra cuddles.

COMFORT MADE IN ITALY

Camon long-term made-in-Italy tradition for comfort lines is a distinguishing feature and a relevant investment to ensure high-quality products, in line with design and fashion trends. Moreover, it ensures full control on all productive steps, enhancing Italian craftsmanship.

GREAT STAR AT ZOOMARK INTERNATIONAL

As usual, Camon will be present at Bologna Zoomark International, 10-12 November, with its own stand. The company will present its strategic lines and visitors will be able to dive into the choices, values, range variety and quality of Camon world: a precious chance to discover and fully live the "Camon experience".

Learn more about Camon news on the web www.camon.it and on the company's social channels: Facebook, Twitter, YouTube and Instagram.



Pet, persone e ambiente

Tenere in assortimento gli alimenti Josera significa proporre un marchio che si assume la responsabilità non solo della salute dei pet, ma anche delle persone e dell'ambiente



Un tema molto attuale per i tuoi clienti, come quello della sostenibilità, gioca un ruolo molto importante per Josera, azienda bavarese che da 80 anni è specializzata in pet food di alta qualità made in Germany.

Per Josera è di fondamentale importanza aver impostato l'intero processo di produzione in modo che sia "neutrale" dal punto di vista climatico, secondo il motto: evitare la CO₂ dove possibile, ridurre la CO₂ dove non può essere evitata e compensare i gas serra in eccesso con altri progetti.

Per raggiungere questi tre obiettivi l'azienda coinvolge l'intera catena, dalla creazione delle materie prime, alla produzione, al confezionamento, fino alla consegna al cliente. Le misure adottate per la neutralità climatica sono molteplici: impianti di produzione all'avanguardia, materie prime e fornitori regionali, produzione di energia attraverso una propria centrale, magazzino con scaffalature in legno certificato PEFC di provenienza regionale e impegno in un progetto di conservazione della foresta dei monti Ntakata in Tanzania, che compensa tutte le emissioni inevitabili in loco.

Così l'azienda si assume la responsabilità non solo della salute degli animali domestici, ma anche delle persone e dell'ambiente.

Dedicato ai meat lovers

Josera è un marchio sinonimo di pet food della migliore qualità con la coscienza pulita. L'azienda utilizza esclusivamente ingredienti di alta qualità in modo da soddisfare gli standard più elevati e proporre solo ricette altamente digeribili, sviluppate e testate nei laboratori interni da

esperti nutrizionisti. La selezione di alimenti Josera offre a ogni pet il menu più indicato alle sue esigenze: dal tenero pantofolaio all'agile sportivo, dal cucciolo all'anziano, dal soggetto sensibile a quello allergico.



JOSERA PETFOOD GMBH & CO. KG
tel. +49/9371/940120
www.EpicPet.it
www.josera.com
info@epicpet.it



Un'importante novità è rappresentata dalla gamma *Meat Lovers*, alimenti umidi in lattina per cani buongustai che amano un alto contenuto di carne.

È possibile scegliere tra due linee: *Meat Lovers Menu* e *Meat Lovers Pure*, tutte ricette in diversi gusti con produzione a emissioni zero. *Meat Lovers Menu* contiene esattamente ciò che dice l'etichetta: succosi pezzi di carne disponibili nelle ricette *Manzo e Patate, Pollo e Carota e Anatra e Zucca*. In ogni lattina è racchiuso il 65% di carne con un sugo saporito e verdure deliziose, che aggiungono un tocco perfetto al menu.

Meat Lovers Pure, nelle quattro varianti *Manzo, Pollo, Tacchino* o *Agnello*, presenta un contenuto extra di carne pari al 68% totale (senza cereali), oltre a una deliziosa salsa e minerali salutari.

Niente ingredienti inutili

Le due linee sono pensate per i clienti del pet shop che non vogliono ingredienti inutili nella ciotola del loro quattrozampe: *Meat Lovers Pure* e *Meat Lovers Menu* fanno a meno di additivi, coloranti, aromi e conservanti a base di zucchero. *Josera* seleziona ogni singolo ingrediente di alta qualità con la massima cura, sottoscrivendo una dichiarazione che promette trasparenza al 100%. Ogni lattina di *Meat Lovers* contiene esattamente ciò che indica l'etichetta: tanta carne e ingredienti mirati per le esigenze delle diverse razze... una ricetta pensata per il benessere e la salute dell'animale.



Perché *Josera* è così esigente? Perché il brand mira a garantire a ogni quattrozampe solo quello che si merita: 100% onestà e 100% gustoso pet food.

La nuova gamma di prodotti *Meat Lovers* è disponibile in lattine da 400 g e 800 g. (C.S.)

PET, PEOPLE AND ENVIRONMENT

Offering *Josera* food ensures a brand taking care of the health of pets, as well as people and environment

Sustainability is a hot trend among customers and it plays a key role according to *Josera*. The Bavarian company is specialized in high-quality made-in-Germany pet food for 80 years. *Josera* set a milestone with its whole manufacturing process: it is 100% climate neutral. The company's motto is: avoid CO₂ emissions wherever possible, reduce CO₂ emissions wherever it is inevitable and offset exceeding emissions with conservation projects.

To reach all three goals the company involves the whole chain: from raw ingredients to production, packaging and delivery. There are plenty of measures to reach climate neutrality: modern plants, regional ingredients and suppliers, electricity generated through primary energy efficiency of the facilities, storage facilities made from PEFC-certified wood from regional forestry and forest conservation project in the Ntakata Mountains in Tanzania to offset inevitable emissions.

That is how the company takes responsibility not only for the health of pets, but also for the health of people and environment.

DEDICATED TO MEAT LOVERS

Josera is a synonym of top-quality pet food with clear conscience. The company only uses high-quality ingredients to ensure the highest standards as well as digestible recipes, developed and tested in laboratories by nutrition experts. The selection of *Josera* food ensures the right menu to each pet: from sweet home-lovers to agile sporting dogs, from puppies to senior dogs, from sensitive to allergic dogs.

The new line of canned wet food by *Josera*, *Meat Lovers*, is dedicated to gourmand dogs loving high meat intake.

Two lines are available: *Meat Lovers Menu* and *Meat Lovers Pure*, which come in different flavours with zero emissions.

Meat Lovers Menu contains just what the label says: juicy bites of meat available as in the following recipes: *Beef and Potatoes, Chicken and Carrot and Duck and Pumpkin*. In each can customers will find 65% meat: tasty food with delicious vegetables, adding the perfect touch to the menu.

Meat Lovers Pure comes in four recipes *Beef, Chicken, Turkey or Lamb*. It contains extra quantities of meat amounting to 68% (free from cereals), besides a delicious sauce and healthy minerals.

NO USELESS INGREDIENTS

The two lines are dedicated to customers that want no useless ingredients in the bowl: *Meat Lovers Pure* and *Meat Lovers Menu* contain no additives, colouring, flavouring and preserving agents based on sugar. *Josera* selects each high-quality ingredient with care, ensuring 100% transparency. Each *Meat Lovers* can contains exactly what the label says: plenty of meat, specific ingredients for each breed and a recipe complying with the pet's needs.

Why is *Josera* so demanding? Because the brand aims at providing pets with what they deserve: 100% honesty, 100% tasty pet food.

The new range of *Meat Lovers* food comes in 400g and 800g cans.



L'efficacia di 9 ceppi batterici

I consigli per utilizzare la nuova formula dell'attivatore biologico e avere un acquario in ottima salute



Uno dei principali problemi nel campo dell'acquariologia è quello dell'appassionato che lamenta la presenza di alghe, fanghi o sedimenti. Sappiamo che un acquario sano è il risultato di una buona attività biologica che permette di pulire l'acqua attraverso la decomposizione naturale dei rifiuti, evitando accumuli che possono portare rapidamente a condizioni malsane e alla mortalità dei pesci. Ed è noto che aggiungere regolarmente dei batteri nitrificanti all'acqua dell'acquario ne migliora in modo significativo la qualità. Con l'utilizzo regolare di *Nitridac* il mantenimento dell'attività biologica non rappresenta più un

problema perché il prodotto assicura che i batteri necessari siano presenti in numero sufficiente.



PRO.D.AC. INTERNATIONAL SRL
tel. 0495971677
www.prodacinternational.it
info@prodac.it



PAD. 29 STAND H15-114

Nitridac, nuova formula

Nitridac è l'attivatore biologico sviluppato da Prodac International che, in occasione del 45° anniversario dalla fondazione, ha avviato un nuovo programma nei propri laboratori di Ricerca & Sviluppo.

Si tratta di una coltura di batteri in soluzione ad alta concentrazione (40 milioni di batteri/ml) selezionati per la loro attitudine a digerire le materie organiche e a trasformare l'ammoniaca negli acquari. Si può utilizzare in acquari sia d'acqua dolce che marina, nuovi (nel qual caso va inserito al momento dell'installazione, così da popolare fin da subito il filtro dell'acquario) o già avviati, per mantenere attiva la proliferazione batterica ed evitare eventuali innalzamenti di nitriti e nitrati.

Come si può osservare nel test pubblicato, *Nitridac* aiuta anche a eliminare eventuali nitriti presenti in acquario. Grazie alla loro azione biologica i batteri trasformano l'ammoniaca, altamente tossica, in nitriti e questi in nitrati. In pratica *Nitridac* degrada rapidamente i composti organici, riduce l'accumulo di sedimenti o di fanghi, risana le pareti e i fondi, evita la formazione di alghe, previene l'aumento dei nitriti e rende l'acqua dell'acquario immediatamente cristallina.

La sua efficacia è dovuta a 9 specifici ceppi batterici per un ottimale funzionamento del ciclo dell'azoto: 4 ceppi di *Bacillus Heterotrophic*, 4 ceppi di *Nitrifying bacteria Autotrophic* (*Nitrosomonas* e *Nitrobacter*) che ossidano l'ammoniaca in nitriti e i nitriti in nitrati, 1 gruppo di *Paenibacillus polymyxa* che fissa l'azoto dei nitrati in funzione di concime per nutrire le piante.

Come funziona

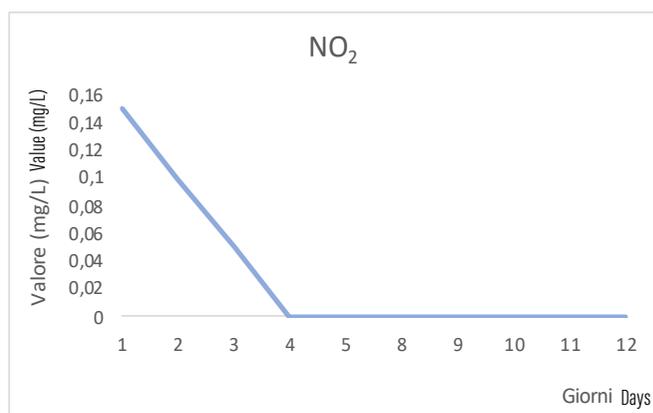
Gli scarti organici dei pesci sono principalmente composti da ammoniaca. I batteri nitrosanti (*Nitrosomonas*) attraverso un processo di ossidoriduzione trasformano l'ammoniaca in nitriti NO_2 . A questo punto entrano in gioco i batteri nitrificanti (*Nitrobacter*) i quali attraverso un processo



di ossidoriduzione trasformano i nitriti in nitrati NO_3 , che vengono assimilati dalle piante e il processo riparte.

Dimostrazione dell'efficacia di *Nitridac* nuova formula

Considerato l'alto valore di nitriti verificato con *ProdaTest* NO_2 , è stato somministrato *Nitridac* (7 ml in 70l) una volta al giorno per 12 giorni. Sono stati poi controllati i valori dei nitriti con *ProdaTest* NO_2 ed è stato elaborato un grafico per dimostrare come *Nitridac* favorisca l'aumento di batteri utili alla trasformazione dei nitriti. Si può notare come l'introduzione del prodotto abbia aiutato immediatamente lo sviluppo del filtro batterico e ridotto dopo pochi giorni la possibile esposizione dei pesci ai nitriti.



Consigli di utilizzo

Prima dell'utilizzo di *Nitridac* il filtro biologico interno va preparato inserendo nell'apposito vano i cilindretti *Prodac Crystalcil* per l'insediamento batterico, le spugne *Prodac Bioclaro* e la fibra filtrante *Prodac Filterwatte* per un'ottimale colonizzazione.

I filtri esterni sono solitamente già muniti del necessario materiale filtrante: *Prodac Filtro Esterno DF* è ideale per l'utilizzo di *Nitridac* in quanto già dotato di *Prodac Crystalcil* come cilindretti per l'insediamento batterico.

È importante controllare che la temperatura dell'acqua sia almeno di 20 °C con un termometro della linea *Prodac* e utilizzare mezz'ora prima *Prodac Aquasana*, con la pompa già attiva, per eliminare il cloro e le clorammine presenti nell'acqua del rubinetto.

Infine, prima di immettere i pesci, è importante controllare nell'acquario d'acqua dolce i valori di NO_2 con *ProdaTest* NO_2 e nell'acquario di acqua marina anche quelli di ammoniaca con *ProdaTest* NH_3/NH_4 . (M.C.)

THE STRENGTH OF 9 BACTERIAL STRAINS

Tips for the new formula of biologic activator, to ensure a healthy aquarium

One of the main problems among aquatic lovers is the presence of algae, mud or sediments. We know that healthy aquaria are the result of a correct biologic activity: water is cleaned through natural decomposition of waste, avoiding their gathering and related unhealthy or deadly conditions. It is well known that regular addition of nitrifying bacteria to aquarium water strongly improved its quality.

With regular use of *Nitridac*, the maintenance of biologic activity is no more a problem: there will always be the necessary amount of bacteria.

NITRIDAC, NEW FORMULA

Nitridac is the biologic activator developed by *Prodac International*: to celebrate its 45th anniversary, the company launched a new program in the R&D department.

It is a liquid high concentrate of bacteria (40 million bacteria/ml) carefully selected for their capacity in breaking down organic matter and for transforming ammonia in aquariums. It can be used in new (place the product immediately to grow bacteria in the aquarium filter) or existing (to preserve an active bacterial growth) freshwater and marine aquaria to avoid the growth of nitrites and nitrates.

As shown by the test, *Nitridac* also helps remove aquarium nitrites. Thanks to their biologic action, bacteria transform highly toxic ammonia into nitrites and nitrites into nitrates. *Nitridac* actually causes the rapid degeneration of organic compounds reducing the build up of sediment or mud; it restores aquarium walls and beds, preventing the formation and growth of algae; it prevents an increase in nitrites and it ensures crystal-clear water.

Its 9 specific bacterial strains ensure the excellent functionality of nitrogen cycle: four strains of *Bacillus Heterotrophic*, four strains of *Nitrifying bacteria Autotrophic* (*Nitrosomonas* and *Nitrobacter*, which oxidate ammonia in nitrites and nitrites in nitrates) and 1 strain of *Paenibacillus polymyxa*, which fixes nitrogen to nitrites, to produce plant fertilizer.

HOW DOES IT WORK?

Fish organic waste mainly contain ammonia. Nitrosomas bacteria oxidate ammonia into NO_2 nitrites. *Nitrobacter* bacteria turn nitrites into NO_3 which are absorbed by plants and the cycle starts over.

PROOF OF THE EFFECTIVENESS OF NITRIDAC NEW FORMULA
Given the elevated quantity of nitrites assessed by *ProdaTest* NO_2 , *Nitridac* (7ml in 70l) has been used once a day for 12 days. A new test with *ProdaTest* NO_2 was carried out, with a diagram to show how *Nitridac* support the increase of bacteria useful for nitrites transformation. *Nitridac* immediately helped grow the bacterial filter, reducing the exposition of fish to nitrites after just a few days.

HOW TO USE IT

Before using *Nitridac*, the internal biologic filter must be prepared with *Prodac Crystalcil* (for bacterial setting), *Prodac Bioclaro* sponge and *Prodac Filterwatte* filtering fibre (to ensure the perfect setting). External filters are usually already equipped with the necessary material. *Prodac External Filer DF* is perfect for *Nitridac*, since it is already equipped with *Prodac Crystalcil* cylinders.

Make sure that water temperature is at least 20° with *Prodac* thermometer and use *Prodac Aquasana* with active pump half an hour before, to remove chlorine and chloramines from tap water.

Before putting fish back in aquarium, check NO_2 values with *ProdaTest* NO_2 . In marine aquaria also check ammonia values with *ProdaTest* NH_3/NH_4 .



Piccoli, allegri, vitali

È importante che i cani di taglia mini beneficino di una dieta adeguata, che si occupi anche della loro igiene dentale



Lo sanno molto bene i tuoi clienti, proprietari di cani di piccola taglia: sono pet che si godono la vita di casa in famiglia e amano condividere il tempo con bambini e anziani. Ma hanno allo stesso tempo un carattere forte, sono sempre pieni di energia e voglia di giocare e proprio per questo le razze di piccola taglia hanno solitamente un metabolismo diverso dagli altri cani. Inoltre forse non tutti sanno che sono predisposti alla formazione di tartaro, poiché la placca batterica e il calcio si accumulano più rapidamente nelle loro piccole bocche.

Cani piccoli, grandi difese

Ultima Mini Adult è una ricetta con proteine, vitamine e minerali adatta alle esigenze nutrizionali del cane di piccola taglia, per mantenerlo sano e vitale. Aiuta a ridurre la formazione del tartaro, grazie alla speciale dimensione delle crocchette che svolgono un effetto meccanico sul dente, e a una combinazione di minerali e aloe vera.



Ultima Mini Adult contiene solo ingredienti di prima qualità e combina in modo equilibrato fonti di proteina animale, ortaggi, riso e cereali integrali. Il pollo come primo ingrediente rende l'alimento estremamente digeribile e gli acidi grassi omega 3 e 6, biotina e zinco



AFFINITY PETCARE
www.ultima-affinity.com



mantengono il pelo lucido e favoriscono il benessere della pelle.

Tutte le ricette sono realizzate con prebiotici naturali che aiutano a mantenere l'equilibrio della flora intestinale favorendone le difese naturali e sono formulate senza zuccheri aggiunti, coloranti o conservanti. (L.D.)

SMALL, HAPPY, LIVELY

Mini dogs require a specific diet also dealing with their dental hygiene

Your customers, owners of small dogs, know it very well: these pets tend to enjoy family life, the company of children and elderly people. Yet, they have a strong personality and they are full of energy and willing to play. That is why the metabolism of small breeds is different from other dogs. However, they might not know that they are inclined to tartar, since plaque and calcium gather more rapidly in their small mouths.

SMALL DOGS, LARGE PROTECTION

Ultima Mini Adult contains proteins, vitamins and minerals to suit the nutritional needs of small dogs, preserving them healthy and lively. The special size of kibbles allows a mechanical cleaning effect on teeth: combined with minerals and aloe vera, it helps reduce tartar formation.

Ultima Mini Adult recipes only contain first quality ingredients, combined with balanced sources of animal proteins, vegetables, rice and whole cereals. Chicken as first ingredient ensures digestibility. Omega 3 and 6 fatty acids, biotin and zinc preserve the fur shiny and the well-being of skin.

All recipes contain natural prebiotics, which help preserve the intestinal balance, supporting natural defence. Moreover, they are free from added sugar, colouring or preserving agents.



Nido, un lettino tutto suo

Per il benessere dei pet è importante consigliare un angolo intimo in cui riposare "in salute"



Il vostro cliente ama accogliere nel suo letto l'amico quattrozampe? Certamente dormire con il proprio pet è un'esperienza di tenerezza, ma sarà bene consigliare l'importanza di dedicare ai piccoli amici uno spazio tutto per loro.



Il cane infatti deve poter vivere un ambiente esclusivo: un animale non abituato a una sua cuccia rischia di crescere sviluppando ansia da separazione e problemi di socializzazione, a causa dell'insicurezza dovuta alla mancanza di un'identità "canina" personale.

Soluzione estetica ed ergonomica

È sconsigliato allestire lettini improvvisati, con materiali e consistenze inadeguate. Il cane vi trascorre infatti molto tempo, quindi è fondamentale che possa mantenere posture che non si ripercuotano sulla sua salute.

Nido Lettino è una cuccia pensata con questi presupposti: ergonomica, interamente realizzata in Italia con materiali atossici e riciclabili al 100%, facile da pulire, con piedini antiscivolo e dotata di base forata traspirante su cui posare un morbido cuscino.



BAMAPET
bamagroup.com
enjoylifewithbamapet.com



Come tutti i prodotti BamaPet, la sua funzionalità non esclude un design esclusivo pensato per sposarsi con qualsiasi arredamento, come dimostrano la finitura effetto paglia e le nuance tortora e sabbia in cui è disponibile. Il cliente potrà scegliere fra cinque dimensioni disponibili - dai 50 ai 110 cm di larghezza - coordinabili con il *Cuscino Nido* in lana di ovatta termoregolatrice e facilmente lavabile in lavatrice. (R.G.)

NIDO, THE PET'S VERY OWN BED

A cosy place to sleep is essential for the healthy well-being of pets

Maybe your customers love to sleep with their pet. Of course, sleeping with pets is a sweet experience, but it is better to recommend how important is to ensure pets their own private space.

Dogs need to live in an exclusive place: pets unused to a bed risk to develop separation anxiety and socialization problems, because they never grew their own personal "canine" identity.

BEAUTIFUL AND ERGONOMIC SOLUTION

It is not recommended to set improvised beds, with inadequate materials and texture. Dogs spend a lot of time in bed: it is fundamental that their bed posture does not affect their health.

Nido Bed is an ergonomic bed, completely made in Italy with non-toxic and 100% recyclable materials, easy to clean, with non-slip feet and transpiring base for a comfortable pillow.

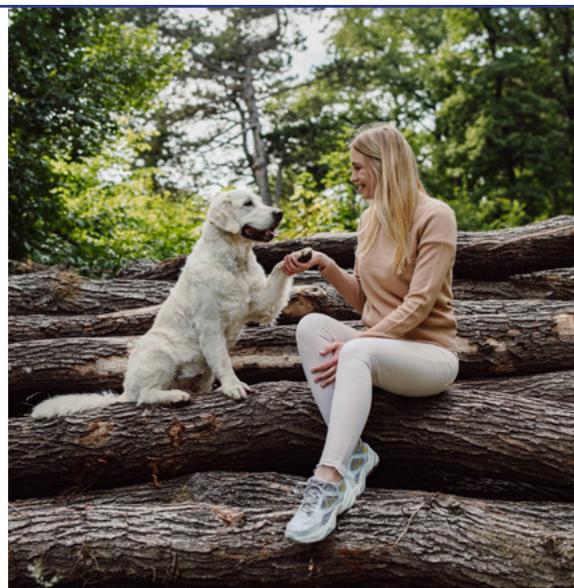
Just like all BamaPet product, functionality does not affect design: it suits any type of furnitures thanks to the elegant rattan design and dove/sand colours.

Nido Bed is available in five sizes, from 50 to 110 cm width, matching with *Nido Pillow* in thermostatic wadding and machine washable.



Da proprietario... a proprietario

Veri amanti dei cani, i fondatori di *Dog's Love* condividono in prima persona scelte, preferenze ed esigenze dei clienti del vostro pet shop



I proprietari di cani e gatti si devono districare fra le moltissime alternative proposte dal mercato del pet food spesso senza esserne pienamente soddisfatti, perché oggi il consumatore si sente sempre più responsabile dei propri comportamenti nei confronti dell'amico quattrozampe. Questo è il motivo che

DOG'S LOVE
CIBO CUISTOSO PER CANI RAFFINATI

EURO SERVICE SAS
tel: 0143 889 638
www.dogslove.it
info@euroservice.pet



PAD. 29 STAND D21-F22

ha portato Katharina e Stefan Miklauz a fondare nel 2014 - nel cuore verde dell'Austria, in Stiria - l'azienda di famiglia a marchio *Dog's Love*: poter offrire ai loro cani Nala e Pluto il miglior cibo naturale possibile, prodotto con materie prime locali della zona. L'idea di produrre cibo di qualità partendo da materie prime regionali, nata durante una tranquilla passeggiata con i quattrozampe, ben presto si è trasformata in un business che nel giro di sei mesi era in bella mostra sugli scaffali di alcuni pet shop selezionati con le prime lattine. Il successo è arrivato velocemente e oggi il marchio *Dog's Love* è uno dei leader di mercato in Austria nel segmento degli alimenti superpremium e ha iniziato a conquistare altri Paesi.



Solo il meglio... dalla natura

Mettendosi in gioco in prima persona come proprietaria pet, Katharina Miklauz è in grado di condividere scelte, preferenze ed esigenze dei clienti dei pet shop, quantomeno di quelli attenti ai bisogni nutrizionali, al benessere, alla qualità alimentare dei pasti del proprio cane. Insomma, quei clienti che prediligono un'alimentazione ottimale secondo natura.

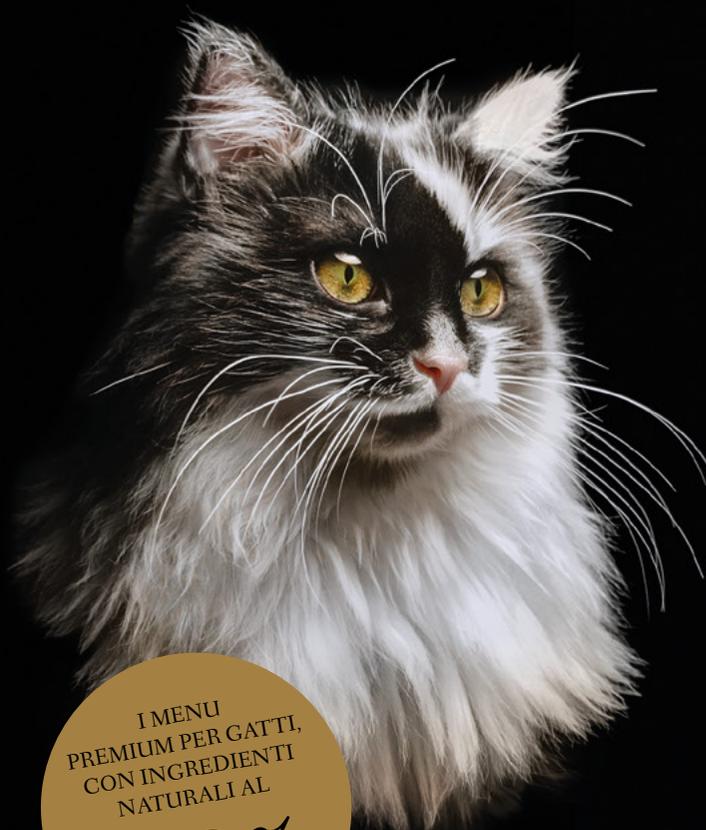
“Con *Dog's Love* offrite al vostro cane ciò che la natura ha scelto per lui”, afferma Katharina Miklauz. Così il meglio della natura finisce nella ciotola del cane, in perfetta sintonia con le esigenze dell'animale e della sua fase di vita.

Questo principio è sempre stato all'origine di ogni alimento *Dog's Love* fin dall'inizio. “I nostri primi prodotti, la linea *Adult*, esistono ancora oggi e il contenuto è immutato”



CAT'S LOVE

CIBO GUSTOSO PER GATTI RAFFINATI



I MENU
PREMIUM PER GATTI,
CON INGREDIENTI
NATURALI AL

100%



MOLTA CARNE
OPPURE PESCE



CON
OMEGA 3 & 6



RICETTA SENZA
CEREALI



CON TAURINA
& VITAMINE



100%
NATURA

CatsLove.it

DOG'S LOVE

CIBO GUSTOSO PER CANI RAFFINATI



VISITATECI



ZOONEXPO 2021
INTERNATIONAL
SALA 29 - STAND
D21-F22



SENZA CEREALI
SENZA CEREALI



MADE IN AUSTRIA
MADE IN AUSTRIA

DogsLove.it

LA GAMMA CAT'S LOVE

LA NOSTRA FILOSOFIA

Essendo un'azienda familiare siamo molto legati alle nostre origini, che si trovano in Austria. Realizzare i nostri prodotti in scatola CAT'S LOVE a livello regionale e sostenere così anche le aziende locali sono temi che ci stanno particolarmente a cuore. Prestiamo sempre molta attenzione a utilizzare preferibilmente materie prime regionali per rispettare anche la natura. È così che si ottengono i prodotti CAT'S LOVE per i vostri gatti. All'interno vengono combinate le migliori materie prime sulla base di ricette medico-veterinarie e sono rispettate rigorosamente le leggi austriache in materia alimentare. Il risultato? Ricette equilibrate e appropriate che mantengono le loro promesse: un'alta digeribilità e un piacere al 100% per i vostri amici felini. Perché anche l'amore per i gatti passa attraverso il cibo!

CIBO UMIDO

Menù completi premium equilibrati e gustosi nelle varietà JUNIOR, ADULT e SENIOR. Per tutti i buongustai, ci sono anche i "PURE FILETS" con un contenuto di carne del 97%.



JUNIOR

Menù sapientemente bilanciati con un contenuto di carne fino al 92% e gusci d'uovo o alghe marine calcaree come fonti naturali di calcio.
(85 g Pouches / 200 g Lattine)



ADULTO

Menù completi senza cereali, accuratamente formulati, in varianti Single protein o miste.
(85 g Pouches / 200 g Lattine)



SENIOR

Ideale per le esigenze dei gatti anziani a partire dai 10 anni, con un contenuto proteico ottimale e rispettoso dei reni.
(85 g Pouches / 200 g Lattine)

FILETS

Filetti di pollo, salmone o mix di pollo e salmone cotti nel proprio sugo, 100% made in Austria.



PURE FILETS

Attraggono per il contenuto di carne di filetto del 97% con il 100% di qualità alimentare di tutte le materie prime.
(100 g Lattine)



JUNIOR, ADULTO & SENIOR

Prodotti con cura al 100% in Austria secondo ricette accuratamente formulate da medici veterinari con materie prime preferibilmente regionali.
(400 g / 1kg)



Caro amico dei cani,

un cane ci arricchisce la vita in maniera del tutto speciale, quindi è oltremodo importante tenere un comportamento responsabile nei confronti dei nostri amici a quattro zampe: un'alimentazione sana ed equilibrata svolge un ruolo decisivo a questo riguardo. Ho fondato DOG'S LOVE per i miei cani Nala e Pluto.

Essendo un'appassionata di cani convinta mi sono prefissa lo scopo di fornire ai cani una vita adeguata e felice. La mia ambizione ad avere un'alimentazione ottimale mi ha portato a sviluppare dei menù unici di cibo variegati, alimenti supplementari di alta qualità e sani croccantini bio, attentamente verificati dal punto di vista medico-veterinario; il tutto seguendo la ricetta della natura.

Da amante dei cani quale sono, prometto a voi, amanti dei cani: **100% natura & 100% gusto.**

Scegliete un'alimentazione sana all'altezza delle esigenze del vostro migliore amico. Infatti l'amore, anche quello per il vostro cane, passa soprattutto attraverso lo stomaco.

Un caro saluto a voi ed anche ai vostri fedeli amici a quattro zampe

Katharina Miklauz
Fondatore DOG'S LOVE

📷 [katharina.dogslove](https://www.katharina.dogslove.com)



LA GAMMA

DOG'S LOVE



JUNIOR

Adattato alle esigenze nutrizionali dei cuccioli e dei cani giovani in crescita, per un inizio sano di una vita lunga e vitale.

(200 g / 400 g)



ADULTO

Menù di cibi completi, qualità di tutte le materie prime al 100% per cani adulti di tutte le razze.

(200 g / 400 g / 800 g)



SENIOR

Perfettamente adattato alle esigenze dei cani più anziani, disponibile come menù Senior e Senior & Light.

(200 g / 400 g / 800 g)



CIBO SECCO

Cibo secco premium naturale, sano e ipoallergenico con il 50% di carne, disponibile come Junior & Adulto.

(2 kg, 12 kg)



B.A.R.F.

Come alternativa e integrazione ideale per tutti gli amanti della B.A.R.F. Lattine di carne pura e miscele di frutta e verdura.

(400 g)



IPOALLERGENICO

Per cani con allergie e intolleranze oppure nell'ambito di una dieta a esclusione.

(400 g)



ERBE

Le miscele di erbe, in cinque varietà accuratamente selezionate, supportano naturalmente il tuo cane nel corso delle malattie più note, nel periodo di convalescenza o quotidianamente con il rafforzamento del sistema immunitario.

(70 g)



SNACKS

Sana ricompensa per il gioco e l'allenamento. Ghiottonerie Single protein senza cereali con un contenuto di carne fino al 99%.

(150 g)

DOG'S LOVE / CAT'S LOVE Italia

Euro Service S.A.S

IT-15076 Ovada (AL)

+39 143 889638

info@euroservice.pet

CANNA CANIS

Canapa per cani come superalimento nella dieta quotidiana, come mangime supplementare o come olio CBD per un supporto specifico nei disturbi quotidiani del cane. Con i nostri prodotti Canna Canis è possibile utilizzare tutta la potenza e tutti i vantaggi della pianta di canapa. La canapa può sostenere il sistema nervoso, ha un effetto sui cani irrequieti o ansiosi e allevia il dolore o le infiammazioni. Utilizziamo solo la migliore canapa biologica proveniente da varietà certificate dell'UE e tutti i prodotti sono garantiti senza THC.

La gamma CANNA CANIS:

- CBD olio 5% (10 ml)
- 3 menu di cibo umido bio con canapa bio e olio di canapa bio (400 g)
- SUPER CALM Miscela di erbe (70 g)
- CANNA DROPS premietti bio (150 g)
- CANNA OLIO di canapa bio (250 ml)



IL MONDO BIO

Il miglior gusto con una qualità BIO certificata. Prodotti in modo responsabile e rispettoso della natura, in modo sostenibile e interamente con ingredienti provenienti da coltivazioni biologicamente controllate o da allevamenti biologici su misura per la specie. Il menù completo "BIO MANZO" è stato l'unico dei 15 menu BIO testati a ricevere la migliore valutazione "Ottimo" da ÖKO-Test.

La gamma BIO:

- 3 menu di cibo umido in qualità di cibo bio (400 g)
- 2 miscele di frutta e verdura in qualità di cibo bio (400 g)
- 5 premietti bio (150 g)
- 2 oli in qualità di cibo bio (250 ml)



BIO/ORGANIC



DOG'S LOVE

CIBO GUSTOSO PER CANI RAFFINATI



Per questo i cani amano DOG'S LOVE!

I nostri menù completi formulati da medici veterinari con il 100% di qualità alimentare di tutte le materie prime sono prodotti in Austria con materie prime preferibilmente regionali.

Il DOG'S LOVE plus per ogni cane:

- Menu completi, equilibrati e adatti alle esigenze del vostro cane, realizzati proprio secondo le ricette della natura
- Alto contenuto di carne
- Dichiarazione aperta al 100%
- Per ogni cane il giusto menù: Junior, Adulto, Senior, Bio, Ipoallergenico, Cibo secco & più
- Senza glutine, cereali, zuccheri aggiunti, soia, farina di ossa, resti di macellazione, coloranti e conservanti, ed OGM
- Fatto senza esperimenti sugli animali

Infatti l'amore, anche quello per il vostro cane, passa soprattutto attraverso lo stomaco!

DOG'S LOVE / CAT'S LOVE Italia

Euro Service S.A.S
IT-15076 Ovada (AL)
+39 143 889638
info@euroservice.pet

www.DogsLove.it

PetCo GmbH | +43 1 795 10 | hello@dogslove.com



- racconta Katharina - “così come l'immagine di Nala, il mio golden retriever che abbellisce una delle nostre lattine, esattamente come il primo giorno. Ancora oggi, quando vedo sullo scaffale una confezione con la sua foto, mi sento felice”.

Il significato dell'innovare

Gradualmente la gamma si è ampliata e diversificata offrendo la scelta ideale per ogni cane, fino a includere alimenti speciali junior e senior, cibo secco, una vasta gamma biologica, prelibatezze bio e molti altri prodotti.



“Quando sviluppo un nuovo prodotto, è particolarmente importante una considerazione. Non creo una varietà semplicemente per presentare una novità, ma per una specifica necessità”, afferma Katharina. Una caratteristica molto importante da sottolineare con i clienti del pet shop.

Tutte le innovazioni si basano quindi sull'idea originaria di *Dog's Love*: ogni alimento combina materie prime accuratamente selezionate, che vengono lavorate in Austria in modo naturale, secondo una formula sviluppata da esperti nutrizionisti.

Questo significa che il “senza” rappresenta un grande vantaggio. *Dog's Love* fa a meno di zuccheri aggiunti, cereali, resti di macellazione o coloranti e conservanti. E ovviamente è al 100% senza OGM.

Gli alimenti junior, adult e senior rappresentano la linea base dei prodotti *Dog's Love*. Inoltre è disponibile una varietà di prodotti speciali come il cibo ipoallergenico, BARF, alimenti complementari o con raffinate miscele di erbe.

Anche i trend più innovativi non sono una rarità. Utilizzando la migliore canapa organica proveniente da varietà di canapa commerciale certificata UE, è stata sviluppata la linea *Canna Canis* che sfrutta tutte le proprietà benefiche della *cannabis sativa* nel cibo umido, nelle ghiottonerie e nell'olio di CBD (naturalmente i prodotti sono tutti senza THC).

“Anche la nostra nuova linea di prodotti *Dog's Doc* è particolarmente interessante”, svela ancora Miklausz. “I menu di cibo umido e le polveri naturali *Vital* sono un supporto per cani affetti dai disturbi più noti, come problemi alle articolazioni, pelo opaco o stomaco in disordine”.



DOG'S LOVE
CIBO GUSTOSO PER CANI RAFFINATI

Vincitori del test

L'impegno di *Dog's Love* è stato premiato dalla rivista dei consumatori ÖKO-TEST nel 2017. *Dog's Love Bio Manzo* è stata l'unica delle 15 varietà di cibo umido testate a ricevere la migliore valutazione (“molto buono”), tenendo conto sia della composizione e delle informazioni presenti in etichetta, sia dell'effettivo contenuto di nutrienti e della raccomandazione di somministrazione. Un successo di cui l'azienda austriaca va molto fiera. “Ci sforziamo costantemente di migliorare i nostri prodotti e di offrire al cane una dieta su misura, naturale ed equilibrata” dice soddisfatta Katharina. “Il fatto che poi siamo stati scelti come vincitori del test con il nostro prodotto biologico mi rende personalmente molto felice”.



Impegno per l'ambiente

Non solo i cani sono vicini al cuore dell'azienda austriaca, ma tutto il mondo che li circonda. Ecco perché i temi della sostenibilità e della tutela ambientale sono molto presenti in *Dog's Love* e si traducono in produzione regionale nel cuore verde dell'Austria, brevi tragitti di trasporto e snelle catene di approvvigionamento, che significa riduzione di emissioni di CO₂. Anche la confezione segue il trend della sostenibilità: tutte le lattine sono realizzate in banda stagnata riciclabile al 100% e le scatole e il materiale d'imballo sono in cartone riciclato.



Ora parliamo di gatti

Nell'impegno di produrre pet food di alta qualità, l'azienda non ha pensato solo ai cani. Tra gli amici a quattro zampe dei due fondatori di *Dog's Love* ci sono anche tre gatti... quindi il passo è stato breve! Vista anche la sempre maggiore richiesta di alimenti per gatti da parte della clientela, nel 2017 Katharina e Stefan hanno deciso di lanciarsi anche nella produzione di alimenti premium per felini. È nato così *Cat's Love*, un prodotto che convince i gatti buongustai grazie

all'equilibrio della ricetta e a un contenuto di carne particolarmente elevato. Oltre al cibo umido e secco, sono proposti anche gustosi filetti e, a breve, la gamma sarà completata con le prelibatezze liofilizzate *Pure Bites*.

Effetto WOW!

Neanche dopo *Dog's Love* e *Cat's Love* il duo austriaco si è fermato. Per fidelizzare anche i clienti più sensibili al prezzo, offrendo sempre ai loro animali una dieta naturale e su misura, nel 2018 è stato creato il marchio WOW. Con WOW, PetCo GmbH si rivolge alla fascia di mercato alla ricerca di un pet food di prezzo medio. "Ma il fatto più importante per me e per il negozio è che con WOW non abbiamo rinunciato ai nostri principi" spiega Katharina Miklauz. "Tutti gli alimenti della linea vengono prodotti in Austria, sono dichiarati apertamente e non contengono carne di maiale, re-

FROM OWNER...TO OWNER

Real dog lovers: *Dog's Love* founders share the same choices, preferences and needs of your customers

Owners of cats and dogs can count on plenty of alternatives offered by the pet food market: yet, sometimes they are not fully satisfied, since they feel increasingly responsible towards their pets.

That is why in 2014 Katharina and Stefan Miklauz founded the family business *Dog's Love*, in the green heart of Austria (Styria): they wanted to provide their dogs Nala and Pluto with the best food, made with local raw ingredients. The idea of manufacturing quality food starting with regional ingredients was born after a peaceful walk with their pets. It soon turned into a business: 6 months later the first cans were already available in selected pet shops. Success was quick and *Dog's Love* brand is now one of the market leaders in Austria, in the segment of super premium food: it has now started to conquer more countries.

ONLY THE BEST...FROM NATURE

Putting herself in the game as pet owner, Katharina Miklauz shares choice, preferences and needs of customers of specialized shops, in particular of owners attentive to nutritional needs, well-being and nutritional quality of meals. We are talking about owners choosing excellent and natural nutrition. "With *Dog's Love* you provide dogs with what nature chose for them", says Katharina Miklauz. The best of nature is in the bowl of dogs, in perfect harmony with the needs of pets and their life stage.

This was the founding principle of every *Dog's Love* product since the beginning. "Our first products, *Adult* line, are still available and unchanged" – says Katharina – "just like the picture of Nala, my golden retriever decorating one of our cans since the beginning. Even now, when I see her picture on shelf, I am happy".

THE MEANING OF INNOVATION

The range gradually broadened to offer the right choice for each dog, with special junior and senior food, dry food, a broad organic line, organic delicacies and more.



WOW



sti di macellazione, cereali o zuccheri aggiunti". Oltre al cibo umido e secco, la gamma include anche ghiottonerie, superfood con il 90% di carne, prodotti per la masticazione *Natural Chews* e il paté di fegato bio, una sana ricompensa per l'allenamento.

Scoprite dal vivo la gamma di prodotti

Tutti i rivenditori e i professionisti interessati possono incontrare il team di PetCo GmbH a Zoomark International (dal 10 al 12 novembre) presso il padiglione 29, stand D21-F22, per scoprire di persona i prodotti delle marche *Dog's Love*, *Cat's Love* e *WOW*. In Italia i prodotti PetCo GmbH sono acquistabili da EuroService SAS. (G.P.)

"While developing a new product, we follow a rule: we do not develop products just to launch news, but only after specific needs" says Katharina. This important feature can be pointed out to customers of specialized shops.

All innovative products are inspired to *Dog's Love* original idea: each product combines carefully selected raw ingredients, which are naturally processed in Austria according to a formula developed by expert in nutrition. This means that "free from" is a great advantage. *Dog's Love* is free from added sugar, cereals, slaughter remains or colouring and preserving agents. Of course, it is 100% free from GMOs. Junior, adult and senior food are the basic line of *Dog's Love* products. Moreover, there is also a selection of special products such as hypo-allergenic food, BARF, complementary food or with fine herb mix. Even the most innovative trends are not rare. With the best organic hemp from commercial UE-certified hemp variety, the brand developed *Canna Canis* line: it ensures the beneficial effects of *cannabis sativa* in wet food, treats and CBD oil (all products are free from THC).

"Our new *Dog's Doc* line is also interesting", says Miklauz. "The menus of wet food and *Vital* natural powder support dogs with articulation problems, dull coat or stomach disorders".

TEST WINNERS

Dog's Love commitment was rewarded by the customers' magazine ÖKO-TEST in 2017. *Dog's Love Bio Beef* was the only one (among 15 wet food tested) scoring the best mark ("very good"), in terms of formula, label information, effective ingredient content and dose instructions. The Austrian company is very proud of the result. "We constantly work hard to improve our products and to ensure a customized, natural and balanced diet" says Katharina. "The victory of our organic product in the test makes me really proud".

ENVIRONMENTAL COMMITMENT

The Austrian company is not only attentive to dogs, but also to the environment they live in. That is why sustainability and environmental protection are part of *Dog's Love* and lead to regional production in Austria's green heart, short transportation and fast supply chains, which imply reduced CO₂ emissions. The package also follows sustainability principles: all cans are made of 100% recyclable tinplate, while boxes and packaging material are made of recycled cardboard.

LET'S TALK ABOUT CATS

The company's efforts to produce high-quality pet food are not only focused on dogs. Among the pet friends of the two *Dog's Love* founders there are also three cats...it was a short step forward! Given the increasing demand for cat food, in 2017 Katharina and Stefano chose to enter the segment of premium cat food. That is how *Cat's Love* was born: the balanced recipe and elevated meat percentage are appreciated by the most demanding cats as well. Besides wet and dry food, there are also tasty fillets. Soon, the range will be completed by dehydrated treats *Pure Bites*.

WOW EFFECT!

The Austrian couple did not stop even after *Dog's Love* and *Cat's Love*. In order to attract price-attentive customers with a customized and natural diet, *WOW* was born in 2018. With *WOW*, PetCo GmbH targets the market segment looking at medium-price pet food. "However, it is very important to me and to retailers that we did not give up on our principles with *WOW*" says Katharina Miklauz. "All products are made in Austria, they do not contain pork, slaughter remains, cereals or added sugar". Besides wet and dry food, the range also includes delicacies, superfood with over 90% meat, *Natural Chews* chewable food and organic liver pate, a healthy reward after training.

SEE THE PRODUCT RANGE LIVE

All interested retailers and professionals can meet the team of PetCo GmbH at Zoomark International (10-12 November) in Hall 29, stand D21-F22, and see *Dog's Love*, *Cat's Love* and *WOW* products.

PETCO GMBH - Phone: +43/179510 - www.dogslove.com - hello@dogslove.com

Zoomark International: pronti... via!

Tutto pronto per la nuova edizione della fiera di Bologna, un'occasione per incontrare i protagonisti del settore e creare nuove opportunità di business



La community internazionale del pet ha voglia di tornare a incontrarsi, di guardare e costruire insieme il futuro, di trasformare in attività le nuove abitudini maturate in un anno difficile e anche straordinariamente significativo.

C'è molta aspettativa attorno a *Zoomark International 2021*, edizione numero 19, che BolognaFiere ha "riposizionato" nella sua annualità originaria, da mercoledì 10 a venerdì 12 novembre 2021, orari dalle 9 alle 18.

Dall'alimentazione alla cura, dall'igiene al comfort, dalla sicurezza al trasporto, dall'informazione ai servizi, *Zoomark International* è una piattaforma alla quale partecipano oltre 450 aziende provenienti per il 60% da più di 40 Paesi del mondo, con le collettive di Stati Uniti, Regno Unito, Repubblica Ceca, Cina, India e Corea. Questi numeri confermano il ruolo sempre più strategico che il Salone riveste

nell'ambito del panorama fieristico mondiale, presentandosi al settore pet con prodotti innovativi, nuovi concetti e proposte sviluppate per far crescere il mercato.



PROMOPET SRL
www.zoomark.it
info@zoomark.it



Zoomark International 2021 sfoggerà un lay-out rinnovato che coinvolgerà i padiglioni 25, 26, 29, 30 e Mall del quartiere fieristico di Bologna e sarà coadiuvato da un supporto digitale studiato per rafforzare la visibilità della fiera e per permettere alle aziende espositrici di dialogare anche con i buyer che non avranno la possibilità di partecipare personalmente.

Digital Session

L'anteprima digitale, sulla piattaforma *b2match*, dal 3 al 9 novembre, punta a costruire un'ampia rete di business moltiplicando le occasioni di incontro e dialogo tra gli esposi-



tori della manifestazione, i buyer internazionali e i retailer del canale specializzato e della GDO, compresi quelli che non potranno essere presenti a Bologna. Dopo aver creato gratuitamente il proprio profilo sulla piattaforma, grazie a filtri di ricerca avanzati - per paese, tipologia di prodotto, etc. - è possibile fissare appuntamenti mirati on line e concordarne di ulteriori on site, a BolognaFiere, durante i giorni dello svolgimento del Salone, per approfondire le trattative.

Pet Vision

Novità anche per i “prodotti novità”. La sezione *Pet Vision* per la prima volta non sarà suddivisa per settori merceologici ma per tendenze: sette trend che, negli ultimi mesi, hanno saputo interpretare meglio di altri i bisogni dei consumatori.

La categoria “New extra-ordinary Normal” propone pet food ispirato a ricette umane realizzato con superfood, insieme a proposte gourmet, accessori e cosmetici di tendenza mentre “Vivi la vida lockdown” presenta igienizzanti, disinfettanti e alimenti per il rafforzamento del sistema immunitario. La categoria “Roaring Twenties” riunisce invece i progetti che puntano su creatività e design mentre “Pet motica” propone soluzioni dal cuore tecnologico e innovativo. “Go Green” è sinonimo di packaging compostabile, materiali biodegradabili e filiere corte mentre nella categoria “Health & Care” trovano spazio gli articoli per la salute del pet. Infine “Just nature” è pensata per i pet parents che, volendo stare il più possibile all’aria aperta, cercano guinzagli, trasportini e accessori in genere.



Convegni, conferenze e seminari

Tra gli appuntamenti da segnalare, la presentazione del *Rapporto ASSALCO-Zoomark 2021* sull’Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia. Un focus sui mercati dell’Est europeo con uno zoom su Polonia, Romania e Ungheria, è in agenda con i trade analyst di ICE (agenzia per



la promozione all’estero e l’internazionalizzazione delle imprese italiane). L’attenzione si sposta poi sull’andamento del pet care nei Paesi dell’Europa Occidentale con il seminario in collaborazione con Euromonitor. Due i contributi di argomento veterinario organizzati da EV: “L’odontoiatria veterinaria oggi: diagnosi, terapia e prevenzione delle più comuni patologie orali” e “Principali malattie del coniglio da compagnia e della tartaruga”. Due anche le conferenze di PetAcademy: “Il ruolo

dell’alimentazione nell’accrescimento del cucciolo” e “Il parto... dalla A alla Z”. Il programma completo è disponibile sul sito www.zoomark.it.

Scopri l’evento

L’acquisto del biglietto di ingresso a *Zoomark International* può essere effettuato solo attraverso la biglietteria on line sul sito www.zoomark.it. Il costo è di 15 euro per 1 giorno di manifestazione e



di 40 euro per tutti e tre i giorni (previo acquisto on line di tre singoli biglietti).

Per accedere a BolognaFiere è necessario essere in possesso di green pass o di un certificato vaccinale equivalente o di una certificazione che attesti l'esecuzione, nelle 48 ore precedenti, di un tampone molecolare o antigenico con esito negativo. All'interno del quartiere fieristico è obbligatorio indossare la mascherina e rispettare sempre la distanza interpersonale. Tutti gli aggiornamenti sono disponibili sul sito www.bolognafiere.it/protocollo-sicurezza/. (M.S.)



IN OMAGGIO PER TUTTI I LETTORI!

Zampotta Pet Business offre ai suoi lettori un ingresso omaggio a Zoomark International. Con pochi e semplici clic puoi registrarti on line per generare il tuo biglietto, che ti permetterà di entrare gratuitamente. Trovi tutte le indicazioni sul sito di Zoomark International www.zoomark.it.

Inserisci il codice **Z21ZPBXA**

Non ci sono limiti all'utilizzo del codice. Scarica e stampa il tuo biglietto.



SPEED GREAT, UN CONSULENTE PER TE

Chi altri se non Zampotta Pet Business poteva mettere a disposizione un esperto di marketing e vendite in consulenza privata solo con te? È una grande opportunità **gratuita** che ti regaliamo presso il nostro stand nei giorni 11 e 12 novembre. Per prenotarti devi scrivere a info@zampotta.it lasciando i tuoi contatti ed esprimendo la tua preferenza sul giorno. Gli imprenditori e i negozianti che hanno bisogno di idee e suggerimenti efficaci sono tantissimi, ma il nostro esperto è uno solo, Filippo Giunti, consulente di marketing e vendite di grande esperienza, che metterà a disposizione 15 minuti del suo tempo per chi vorrà sottoporgli le proprie problematiche e ottenere consigli, correttivi di rotta e indicazioni strategiche. 15 minuti preziosi che ti aiuteranno a sciogliere qualche dubbio e ti daranno una mano ad affrontare in modo differente alcuni punti critici sui quali continui inutilmente a “battere la testa”. Tornerai a casa con nuove idee e tante soluzioni da mettere in pratica subito!



Il primo regalo a misura di cane

In una box blu o rosa, il tuo cliente troverà leccornie e accessori pensati per celebrare il compleanno del suo beniamino



Per molti tuoi clienti, il giorno del compleanno o dell'adozione del proprio cane è un giorno importante, da festeggiare al pari di qualsiasi altro componente della famiglia. Da oggi, fare il regalo all'amato quattrozampe non potrebbe essere più semplice: sarà sufficiente scegliere il colore della scatola: blu per i cani maschi, rosa per le cagnoline e il proprietario avrà acquistato una moltitudine di regali per lui o per lei in un colpo solo.

La *Birthday Box* è perfetta per i cani di ogni età che festeggiano il compleanno. E se il cucciolo è adottato? In tal caso si celebra la ricorrenza della data di adozione, creando un apposito "adottiversario" per festeggiare il fortunato quattrozampe. Adozione o compleanno, queste deliziose chicche abbinate a questi regali pensati proprio per il cane, sono la combo migliore per festeggiamenti in grande stile.



Contiene anche un resistente collare

Nella scatola sarà il cane stesso a cercare i suoi regali. Un simpatico cappellino a punta, l'osso in tessuto tutto da mordicchiare, un anello per giocare (in versione azzurra per lui e in variante rosa per lei) e tanti deliziosi dolcetti. Inoltre, la box contiene un collare modello *Birthday Gift*, in fettuccia di nylon ad alta resistenza con nastri in poliestere resistenti allo sfilacciamento e fibbia testata per la tenuta di pesi elevati.



UP COUNTRY
www.upcountryinc.com
info@upcountryinc.com



Un adorabile biglietto d'auguri permette infine al proprietario di scrivere una bella dedica per il suo adorato amico.

Up Country è azienda attiva dal 1984 e ciò che non è cambiato in 35 anni sono l'attenzione alla qualità e uno spiccato senso dello stile, in tutti gli accessori cuciti a mano, stirati e rifiniti con cura nella fabbrica nel Rhode Island. (F.C.)

THE FIRST BIRTHDAY GIFT FOR DOGS

A blue or rose box with delicacies and accessories to help your customers celebrate their dog's birthday

Many of your customers think that the birthday or adoption day of their dogs is important and must be celebrated. It is now easy to find the perfect gift for dogs in such occasions. Just choose the box colour, blue or rose: dogs will receive several gifts all at once.

Birthday Box is perfect for dogs celebrating their birthday. What if the pet is adopted? In this case owners will celebrate their adoption day, creating a specific adoptiversary to celebrate the lucky pet. Adoption or birthday, these boxes for dogs are the perfect gift for big parties.

RESISTANT COLLAR

Dogs themselves will look for gifts in the box. A funny pointy hat, chewy fabric bone, toy ring (blue or rose) and several delicacies. Moreover, the box includes a *Birthday Gift* collar made of resistant nylon band on polyester and fraying-resistant ribbons. Buckles are Coast Guard approved for high weight hold.

An adorable birthday card will help owners write an inscription to their pet.

Up Country was born in 1984: in 35 years the company never changed the attention to quality and its sense of style, present in all the hand-sewn accessories, ironed and manufactured with care in Rhode Island.



Scopri la Food Valley

Mister Pet vi racconta gli aspetti meno conosciuti del meraviglioso territorio in cui opera e da cui è nata la sua filosofia nutrizionale



Storia e identità della Famiglia Gambarelli sono fortemente caratterizzate dal territorio in cui la famiglia è cresciuta e dove ha volutamente stabilito la propria filiera di produzione Mister Pet. Dalle fattorie agli impianti di macellazione, per finire direttamente nei siti di produzione dell'azienda e offrire alimenti di alta qualità che soddisfano anche i più esigenti proprietari di cani e gatti.



MISTER PET SPA
tel. 0521340323
fax 0521340321
www.misterpetsrl.com
info@misterpetsrl.com



PAD. 30 STAND D62 - D64



La "Food Valley" italiana è uno dei luoghi più unici al mondo: ospita un immenso giardino delle delizie, è come un crocevia in cui memoria, storia, gusto e saper fare si incontrano.

"La Famiglia Gambarelli, con la sua produzione Mister Pet - vera e propria cucina in cui si preparano alimenti per cani e gatti - costituisce una delle pietre miliari di questo meraviglioso luogo", dichiara Enzo Gambarelli, fondatore e titolare. "Un luogo di cui essere fortemente orgogliosi! Vi invitiamo a venirci a trovare in occasione di Zoomark International a Bologna, dal 10 al 12 novembre (pad. 30, stand D62-D64)".

Questo meraviglioso territorio è ormai da tempo riconosciuto come il centro mondiale della conoscenza e dell'innovazione nel settore agroalimentare. È proprio la provincia di Parma, dove Mister Pet è ubicata, a caratterizzare il cuore pulsante della Food Valley: qui si tramandano da secoli i segreti della produzione di eccellenze enogastronomiche conosciute e apprezzate in tutto il mondo, come il Parmigiano Reggiano (denominato non a caso "re" dei formaggi), che è il frutto di una lunga tradizione produttiva e del legame con il territorio di origine; il Prosciutto di Parma, la cui fama affonda le radici in migliaia di anni, fino all'epoca romana. Entrambi vantano caratteristiche nutrizionali uniche, oltre a un gusto inconfondibile.

Sapori dalla provincia di Parma

La Food Valley è la zona più ricca al mondo per numero di prodotti DOP e IGP (ben 44), ovvero i marchi di denominazione di origine protetta (DOP) e indicazione geografica protetta (IGP). A tal punto che le materie prime provenienti da questo ter-



ritorio hanno ottenuto le certificazioni che permettono di esportare in tutto il mondo, compresi Paesi molto rigidi dal punto di vista legislativo come Cina, Russia, Sudafrica e Australia.

Una qualità premiata dai proprietari pet

Affondando le proprie radici nella tradizione della famiglia Gambarelli, Mister Pet si tramanda di generazione in generazione le conoscenze su materie prime e nutrizione animale per utilizzare solo ingredienti altamente selezionati e prevalentemente freschi: carne, pesce, frutta, verdura e piante officinali vengono tracciati e controllati in ogni fase. Attraverso questa profonda conoscenza del territorio, Mister Pet ha raggiunto un'elevata qualità a livello internazionale nel mondo del pet food per cani e gatti.



Questa eccellenza è stata recentemente riconosciuta e premiata con la vincita dei "Quality Awards 2021" grazie a due dei marchi Mister Pet più importanti: la linea *Primordial Grain Free* per cani e la linea *Vivere Low Grain*.



DISCOVER THE FOOD VALLEY

Mister Pet unveils the less famous features of its wonderful land, where its nutritional philosophy was born

The story and identity of Gambarelli Family are strongly related to the land the family grew in, where they built their own Mister Pet supply chain. From farms to slaughter systems, then straight to the company's manufacturing plant to ensure high-quality food approved by the most demanding owners of cats and dogs.

The Italian "Food Valley" is one of the most unique places in the world. It hosts a huge "garden of delights", just like a crossroad where memory, story, taste and know-how meet.

"Gambarelli Family and Mister Pet production - real kitchen where cat and dog food is baked - are some of the milestones of this wonderful place" says Enzo Gambarelli, founder and owner. "A place we are strongly proud of! Come and visit us at Zoomark International, in Bologna, on 10-12 November (hall 30, stand D62-D64)".

FLAVOURS FROM PARMA PROVINCE

This wonderful land is famous as world centre of innovation in the agricultural sector. Parma province, where Mister Pet is located, is the heart of the Food Valley. Here, the secrets of famous and popular enogastronomic excellences have been passed on through centuries: Parmigiano Reggiano ("king" of cheese), is the result of a long tradition and connection with the land; Parma Ham popularity dates back to the Roman empire. They both ensure unique nutritional features, besides an unmistakable taste.

Food Valley is the richest area in the world in terms of DOP (Protected Designation of Origin) and IGP (Indication of Geographic Protection) products (44). Raw ingredients coming from the Food Valley can be exported everywhere, including countries with very strict regulations such as China, Russia, South Africa and Australia.

QUALITY AWARDED BY PET OWNERS

Mister Pet is deeply rooted in the tradition of Gambarelli family: the know-how on raw ingredients is passed on generation after generation. The company only uses carefully-selected and mainly fresh ingredients: meat, fish, fruit, vegetables and herbs are traced and controlled in every step. Through the deep knowledge of territory, Mister Pet reached an elevated international reputation in the pet food sector for cats and dogs. The company's excellence has always been acknowledged and rewarded with "Quality Awards 2021" for two of the most important Mister Pet brands: the line *Primordial Grain Free* for dogs and the line *Vivere Low Grain*. It was a great reward for all the company's efforts to innovate and ensure high-quality products in the sector of animal nutrition.

The company reached unimaginable results: *Primordial* for dogs and *Vivere* beat competitors with a global rating of 8.4/10 and a high intention to buy in blind, 97% of the sample). Moreover, *Primordial* for dogs also received the prestigious Award "Approved by Veterinarians".

EXCELLENCE OF MADE IN ITALY

Food Valley products are the symbol of the best made in Italy. Mister Pet is part of this, with an increasingly stronger role in





Un grande riconoscimento di tutti gli sforzi compiuti dalla società per innovarsi e ottenere prodotti di altissima qualità nel campo dell'alimentazione animale.

L'azienda ha ottenuto risultati inimmaginabili: *Primordial* per cani e *Vivere* hanno sbaragliato la concorrenza con un gradimento globale pari a 8,4/10 e una intention to buy in blind molto alta, pari al 97% del campione ("in blind" si riferisce a una valutazione alla cieca, ovvero senza conoscere la marca del prodotto). Inoltre *Primordial* per cani è stato premiato con l'importante Award "Approvato dai Veterinari".

Eccellenza del made in Italy

I prodotti della Food Valley sono simbolo del migliore made in Italy. E Mister Pet ne fa parte, con un ruolo sempre più presente nel settore del pet food mondiale, entrando di diritto nelle eccellenze del made in Italy esportato in tutto il mondo.



the sector of the world pet food. The company is now part of the made-in-Italy excellences exported all over the world.

The excellence of ingredients from this land is related to the special soil fecundity, combined with microclimate, ancient tradition and man initiative. As further proof of its vocation, in 2003 Parma was chosen as EFSA (European Food Safety Authority) headquarters and in 2015 was designated as Creative City for Gastronomy by the UNESCO, thanks to the typical products of its territories.

In order to deepen the knowledge of taste treasures of the Food Valley, Food Museums were opened: besides underlining the values of single products and local economy, these extraordinary places add value to the whole area as well as promote enogastronomic tourism.

That is how the quality and nutritional philosophy of Gambarelli family combine in a path that led Mister Pet to its current position on the national and international market (over 50 countries): an excellency of pet food.

L'eccellenza degli ingredienti e delle materie prime di questo territorio è determinata dalla particolare fertilità del suolo, combinata con microclima, antiche tradizioni e intraprendenza dell'uomo. A conferma della sua forte vocazione, Parma nel 2003 è stata scelta quale sede dell'EFSA, l'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare e recentemente, nel 2015, è stata eletta Città Creativa per la Gastronomia UNESCO, grazie ai prodotti tipici dei suoi territori.

Per approfondire la conoscenza dei tesori del gusto della Food Valley, sono stati istituiti i Musei del Cibo: oltre a valorizzare i singoli prodotti e l'economia locale, questi luoghi straordinari contribuiscono a dare pregio all'intera area e a promuovere il turismo enogastronomico.

In questo modo la qualità e la filosofia nutrizionale della famiglia Gambarelli si intrecciano in un percorso che ha fortemente caratterizzato ciò che oggi Mister Pet rappresenta sul mercato, non solo italiano ma internazionale, in più di 50 Paesi: un'eccellenza del pet food. (P.B.)



Pensate, studiate, create

Scoprite a Zoomark International le innovative collezioni di medagliette e la nuova veste di Techla, la rivoluzionaria macchina per incidere



Una costante propensione all'innovazione unita alla volontà di guidare le tendenze e le richieste che arrivano dai clienti del pet shop: questa è MyFamily.

L'azienda di Valenza, nonostante il periodo difficile, ha continuato a far lavorare menti e braccia facendo nascere nuovi progetti e prodotti in linea con la creatività che da sempre la contraddistingue. E anche gli investimenti nel ciclo produttivo non si sono mai fermati, come dimostrano i 15 reparti dell'azienda piemontese che realizzano tutto dall'interno, simbolo di qualità made in Italy, ma anche made in MyFamily.

Tutte le nuove collezioni e gli accessori innovativi pensati, studiati nei minimi dettagli - sempre dando priorità alle esigenze di animale e proprietario - e infine creati dalle mani esperte dei 'maestri' MyFamily, sono ora pronti per essere presentati a Zoomark International 2021 a BolognaFiere, dal 10 al 12 novembre. Un'occasione unica per negozianti e professionisti pet di tornare a incontrarsi e confrontarsi. Tra le novità, tante nuove medagliette identificative, pettorine 'luxury' e un 'gioiello' anche per il gatto. A cui si aggiungono tre nuove macchine di incisione istantanea per personalizzare le medagliette: tre nuove versioni di Techla, la vera rivoluzione creata da MyFamily.

La famiglia di 'gioielli' MyFamily si allarga

I modelli più popolari si arricchiscono di nuovi particolari e cromatismi e si affiancano alle new entries. In occasione della fiera di Bologna verranno esposte le nuove medagliette *Basic Handmade* con pittogramma punzonato, che spaziano dai colori della tradizione a quelli più sgargianti.

Novità 'alla moda' anche per la collezione *Style*: 3 nuove colorazioni camouflage (effetto militare) in rosa, verde e blu e pied de poule, in rosso e nero, per i vostri clienti che amano lo stile vintage.

Le novità spaziano dalle medagliette *Flags* - con quattro nuovi Paesi rappresentati nella collezione bandiere (Filippine, Ecuador, Irlanda e Singapore) - alle *Rainbow*, simbolo di amore e speranza, pace e uguaglianza ma soprattutto coloratissime, con le tonalità dell'arcobaleno. A queste si aggiunge un nuovo mondo creato da MyFamily: quello del food, con le medagliette omonime!



MYFAMILY SRL
tel.0131950063
www.myfamily.it
info@myfamily.it



PAD. 29 STAND B33-C30



MyFamily pensa anche al gatto!

Anche *memopet*, la collezione più giovane e dinamica di MyFamily, accoglie un nuovo 'figlio': il collare intelligente e interattivo dedicato al felino più amato, il gatto. Pensato per andare incontro alle sue esigenze, con una fibbia che gli garantisce sicurezza e libertà di movimento, si connette anche con lo smartphone (come tutti i prodotti *memopet*) per avere informazioni e dati anagrafici e sanitari sempre a portata di mano.



L'ultima new entry: la Pettorina H

Grande novità, la *Pettorina H* offre ai clienti del pet shop un accessorio più completo, pensato per l'addestramento e le lunghe passeggiate o le escursioni un po' più impegnative. Un plus del prodotto è il mezzo anello che va a posizionarsi davanti al collo sul petto del cane, caratteristica molto apprezzata e ricercata dalla gran parte degli addestratori.



La *Pettorina H* viene realizzata in due collezioni: *Luxury* in pelle e *memopet* in materiale sintetico. I punti di forza che distinguono la serie *Luxury* da un qualsiasi prodotto simile sono la pelle italiana di alta qualità, le minuterie metalliche originali MyFamily e il porta-tag integrato. Fatte a mano, sono disponibili in due varianti: nero/ocra con finiture metalliche in oro e marrone/azzurro con finiture metalliche in argento. La *Pettorina H* della serie *memopet* mantiene le stesse caratteristiche degli altri prodotti *memopet* (ad esclusione dell'*Always ready D-Ring*) ed è disponibile nei colori marrone, blu, nero, rosa e verde.

PLANNED, STUDIED, CREATED

Discover at Zoomark International the innovative tag collections and new *Techla*, the revolutionary engraving machine

Constant inclination towards innovation, combined with the desire of driving trends and demands from shop customers: this is MyFamily.

Despite the hard times, the Valenza company has not stopped working, with new projects and products in line with its creativity. Investments on production have not stopped either: 15 departments of the Piedmontese company manufacture everything, as a symbol of made-in-Italy and made-in-MyFamily quality.

All new innovative collections and accessories are planned, studied and created in detail - with top priority to the needs of pets and owners. They are manufactured by MyFamily skilled "masters", and they are ready to be presented at Zoomark International 2021 in BolognaFiere, on 10-12 November. It is a unique chance for retailers and pet professionals to meet and discuss. Among new products there are new ID tags, luxury harnesses and a jewel for cats. Of course, there are also the three new tag engraving machines: three new versions of *Techla*, the real revolution by MyFamily.

MYFAMILY JEWEL LINE GROWS

The most popular models now include new details and colours, together with new entries. At Zoomark the company will present: new *Basic Handmade* tags with stamped pictogram, ranging from traditional to loud colours. News for trendy *Style* collection as well: three new camouflage colours (rose, green/blue and red/black pied de poule), for vintage lovers.

New products range from *Flags* tags - with four new countries (Philippines, Ecuador, Ireland and Singapore) to *Rainbow* tags as a symbol of love and hope, peace and equality, coloured as the rainbow. A new MyFamily universe is now available: food.

MYFAMILY THINKS OF CATS AS WELL!

Even *memopet*, the newest and most dynamic collection by MyFamily, has a new born product: the smart and interactive collar dedicated to cats. The buckle ensures safety and freedom of movement; the collar connects to the smartphone (just like all *memopet* products) to have information and health/registry data always ready at hand.

BRAND NEW: HARNESS H

Harness H provides shop customers with a complete accessory, specific for training, long walks or hiking. The half ring is located in front of the neck on dogs' chest, which is very important for most trainers. *Harness H* is available in two collections: *Luxury* leather and *memopet* in synthetic fabric. The points of strength of *Luxury* line, compared to similar products, are high-quality Italian leather, MyFamily original metal parts and integrated tag holder. They are hand-made and available in two colours: black/ochre with MyFamily golden metal parts and brown/





Techla, la rivoluzione continua...

Infine, per te negoziante, ecco Techla, la macchina di incisione istantanea per personalizzare le medagliette, vero fiore all'occhiello dell'azienda, uno strumento che soddisfa le necessità del tuo pet shop e del tuo cliente. Due i nuovi formati: *Techla XS* e *Techla XL*. *Techla XS* (dimensioni L275 mm x P252 mm x H260 mm) è la più economica, non ha schermo e si connette con smartphone o tablet attraverso un'apposita applicazione non disponibile ai consumatori finali. *Techla XS* presenta comunque la finestra d'incisione e quindi dà la possibilità di assistere alla lavorazione in corso, illuminandosi con diversi colori relativi ai vari stati di funzionamento. *Techla XL* è dotata di uno schermo verticale da 18,5" in grado di supportare anche video, nasce per essere integrata nel nuovo espositore modulare in legno dove è possibile esporre an-



che medagliette, collari, guinzagli e pettorine. La caratteristica più interessante dell'espositore è che si può espandere e contrarre secondo lo spazio a disposizione nel tuo negozio. Espositore e macchina misurano insieme L400 mm x P340 mm x H1800 mm. L'espositore può essere integrato con l'aggiunta di ulteriori moduli espositivi. (R.M.)

blue with silver metal parts. *memopet Harness H* ensures the same features of other *memopet* products except for the *Always ready D-Ring*) and it comes in brown, blue, black, rose and green colours.

TECHLA, THE REVOLUTION GOES ON...

To all retailers: here is *Techla*, the instant engraving machine for tags, real jewel of the company. It is a tool that meets the needs of shops and your customers. Two new sizes: *Techla XS* and *Techla XL*. *Techla XS* (size L275 mm x W252 mm x H260 mm) is the cheapest machine: no display, connection through an app (unavailable to final customers) to smartphone/tablet. *Techla XS* still has an engraving window: it is possible to see the engraving in process, with different colours related to different operations.

Techla XL, with 18.5" vertical display (video ready), can be integrated in the new wooden modular display for tags, collars, leashes and harnesses. The most interesting feature of the display: it can adjust to the space available in shops. Display and machine together measure: L400 mm x W340 mm x H1800 mm). The display can be integrated with more modular displays.



Molto freddo... poco cibo

Tutti i tuoi clienti possono offrire agli uccelli da giardino la dieta equilibrata e nutriente di cui hanno bisogno. E, in cambio, possono godere della loro compagnia



I proprietari pet, ma anche le tante persone che amano gli animali, hanno sempre più voglia di contatto con la natura. Non solo nei grandi spazi, in vacanza, ma anche nei piccoli giardini e nell'ambiente domestico.

Vuoi suggerire ai tuoi clienti un modo per avvicinarsi alla natura? Nutrire gli uccelli liberi, sia

in città che nelle pe-

riferie o in campagna. Perché i volatili selvatici sono gli unici "animali domestici" che tutti abbiamo. Sfortunatamente stanno vivendo un momento difficile, lo si deduce dalla diminuzione della loro popolazione. Da diversi anni Versele-Laga ha focalizzato il proprio impegno nel creare la possibilità di vivere esperienze, emozioni, stupori e meraviglie proprio grazie a questi simpatici animali che popolano i cieli delle nostre città e delle nostre campagne, e ciò non è passato inosservato: il mercato ha apprezzato!

Menu Nature di Versele-Laga offre infatti un vasto assortimento di prodotti che chiunque può somministrare. In particolare *Menu Nature Bird Hotel* ha vinto il trofeo "Colpo al Cuore" assegnato dalla rivista "Animal Distribution" per il miglior prodotto distribuito nei negozi francesi.

Menu Nature punta sulla eco-sostenibilità: per facilitare il riciclo, cartone e plastica sono facili da separare e la materia prima del cartone proviene da piante coltivate in modo sostenibile.



MP GROUP SRL
tel. 0522 941 521
www.versele.it



PAD. 29 STAND C08 - C12

All'avanguardia per le esigenze degli uccelli in libertà

Versele-Laga ti aiuta a guidare gli acquisti d'impulso con una presentazione dei prodotti che si distingue nel punto vendita.

La linea *Expert* è una gamma per veri appassionati, destinata al consumatore "eco-friendly" che pensa e ricerca i migliori prodotti in modo consapevole, informandosi in anticipo e desiderando il meglio. È composta da miscele raffinate, ricche di componenti di alta qualità, cioè il cibo preferi-

to dai volatili: *4 Seasons Blend* grani di qualità superiore, *Clean Garden Blend* miscela "top" per tutte le stagioni, *Frost Night Blend* per un pieno di energia, *Gourmet Blend* con aggiunta di camole della farina e grasso in pellet, *Nesting Blend* per piccoli insettivori. I mangimi si presentano in confezioni premium con pittogrammi e chiare informazioni di utilizzo.



Quando l'inverno è più gelido

La linea *Allround* è destinata all'acquirente che si lascia tentare e acquista prodotti spinto dall'impulso del momento. È una gamma di alimenti essenziali, con alta rotazione e prezzo competitivo, in confezioni trasparenti contraddistinti dal colore blu.



Il prodotto principale è *Allround Mix*, miscela bilanciata di grani di alta qualità, semi e granaglie selezionate. Per i periodi più freddi dell'anno, quando gli uccelli selvatici cercano alimenti che possano dare loro più energia e calorie, Verselle-Laga offre una vasta gamma di palle di grasso nei vari formati da 90 g e 500 g e prodotti grassati che si distinguono per l'alta qualità dei componenti. I clienti eco-friendly apprezzano in particolare le palle di grasso senza retina ed è per questo che l'azienda continua a espanderne la gamma.



L'elevata percentuale di grasso animale, i semi selezionati ad alto valore nutrizionale, il basso contenuto di ceneri, fanno di questo prodotto un alimento ideale per i periodi invernali. La linea è pensata per buongustai e



propone tra l'altro le *Gourmet Balls*, palle di grasso "gourmet" con frutti di bosco, insetti, arachidi e semi di girasole. (A.L.)

LOW TEMPERATURE... LESS FOOD

All of your customers can provide garden birds with the balanced and nourishing food they need. In exchange, they can enjoy birds' company

Pet owners, but also pet lovers, are increasingly trying to get in touch with nature. Not only on holiday, but also at home and in small gardens. Looking for a tip to get in touch with nature? Feeding wild birds, both in towns or in suburbs and countryside. Because wild birds are the only "pet birds" we all have. Unfortunately, they are experiencing hard times, since their population is decreasing.

For a few years now Verselle-Laga has been focusing on creating chances to experience, feel emotions, awe and wonder thanks to birds living in towns and countryside. Their commitment did not go unnoticed: the market appreciated it.

Menu Nature by Verselle-Laga offers a broad range of products that anybody can feed. In particular, *Menu Nature Bird Hotel* won the trophy "Straight to the Heart" assigned by "Animal Distribution" magazine for the best product distributed in French shops.

Menu Nature focuses on eco-sustainability: to support recycling, cardboard and plastic are easy to sort and cardboard raw material comes from sustainably-farmed plants.

IN THE VANGUARD OF WILD BIRD NEEDS

Verselle-Laga helps you guide impulse buying: the product presentation makes them stand out in the shop.

Expert line is dedicated to real pet lovers and eco-friendly customers, who think consciously and look for the best products. It offers fine mix rich in high-quality ingredients, the most popular food among birds: *4 Seasons Blend* with superior-quality grains, *Clean Garden Blend* top mix for all seasons, *Frost Night Blend* for extra energy, *Gourmet Blend* with mealworms and pelleted fat, *Nesting Blend* for small insectivores. Food mix come in premium packages with pictures and clear instructions.

DURING COLD WINTER

Allround line is specifically suited for impulse buying. It is a range of essential food, with high rotation and competitive price, in transparent blue bags.

The main product is *Allround Mix*, balanced mix of high-quality grains, seeds and selected corns. For the cold season, when wild birds look for extra energy and warmth, Verselle-Laga offers a broad range of fat balls (90 and 500g) and fat-coated products with high-quality ingredients. Eco-friendly customers appreciated fat balls without net: that is why the company is still broadening the range. High percentage of animal fat, selected seeds with elevated nutritional value, low ash content make it the perfect product during winter. The line is also dedicated to gourmand birds: *Gourmet Balls* are fat balls with wild fruit, insects, peanuts and sunflower seeds.

Gioco sostenibile, immagine green

La nuova linea di giochi realizzati con il 100% di plastica riciclata aiuta il negozio a intercettare la clientela attenta all'ambiente



La tutela della natura e il rispetto per l'ambiente sono argomenti che interessano una platea sempre più vasta di consumatori e per il pet shop la proposta di prodotti in linea con la filosofia del riciclo e della lavorazione sostenibile è sicuramente una strategia di vendita vincente. Il rispetto dell'ambiente è una nostra scelta di tutti i giorni e invitare gli altri a fare altrettanto con consapevolezza, nell'acquisto di prodotti d'uso quotidiano, è un primo passo importante verso il benessere del nostro pianeta, degli animali e quindi di tutti noi.

Perché la scelta della plastica riciclata

Mai come in questi ultimi anni uno dei maggiori problemi mondiali è rappresentato dall'aumento della plastica che si riversa nei nostri mari e dal riscaldamento globale che deriva dall'inquinamento. Ecco quindi che la scelta perfetta per i proprietari pet attenti all'ambiente è la nuova linea di giochi per cani e gatti Recyclesaurus, realizzati da Vitakraft con il 100% di plastica riciclata.

Il concetto è chiaro: rispettare l'ambiente significa rispettare i nostri amici animali.

La sostenibilità è uno dei valori fondamentali condivisi dall'azienda. Per questo è stata lanciata "Vita Planet", la strategia del Gruppo per uno sviluppo sostenibile, componente fondamentale di tutta la filosofia aziendale.

Vitakraft si impegna a operare gestendo le attività commerciali in equilibrio con l'uomo e con la natura e occupandosi del benessere di tanti animali da compagnia in modo com-



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



PAD. 29 STAND B25-C22

petente. Questo significa assumersi gradualmente maggiori responsabilità nei confronti delle persone oltre che dare il proprio obiettivo contribuito al raggiungimento dei 17 obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU. Trovare un equilibrio fra la sostenibilità sociale, economica e ambientale è il senso del concetto stesso.



Giocare in modo sostenibile

Partendo da questo presupposto Vitakraft ha lanciato la nuova linea di giochi per cani e gatti Recyclesaurus, realizzati con il 100% di



La forza del marchio

Un brand per soddisfare le esigenze di ogni cliente appassionato di acquariologia secondo la filosofia di rendere la gestione dell'acquario il più semplice possibile



Tu che sei un negoziante specializzato in acquariologia o hai un corner dedicato ai pesci, saprai sicuramente che nel corso del 2020 il prestigioso marchio *Ottavi*, presente sul mercato dal 1978, è stato acquisito da Prodac International srl.

La linea *Ottavi* è dedicata unicamente ai pet shop: Prodac International garantisce che non sarà distribuita in GD o GDO per offrire ai negozianti specializzati il pieno supporto nelle vendite. Inoltre per quanti vorranno inserire la linea *Ottavi* sono previste numerose offerte di collaborazione nel punto vendita. Se la cosa ti interessa puoi incontrare l'azienda a Zoomark International 2021, a Bologna dal 10 al 12 novembre, nel padiglione 29 allo stand H15-I14.

Il più semplice possibile

Il marchio *Ottavi*, dedicato ai tuoi clienti che sanno apprezzare l'alta qualità al giusto prezzo, ha grandi estimatori su tutto il territorio nazionale, ragion per cui Prodac International ha colto con grande entusiasmo l'opportunità di acquisire e distribuire questo importante brand.

La produzione e il magazzino sono stati trasferiti a Cittadella (PD) nella sede di produzione Prodac International, e sono state crea-

Ottavi

**OTTAVI È UN MARCHIO DI
PRO.D.AC INTERNATIONAL S.R.L.**
tel. 0495971677
www.ottaviacquari.com
info@ottaviacquari.com



te nuove formule specifiche di mangimi, così come formati particolari per il carbone, le ghiaie e i sottofondi.

La linea è composta da un vasto assortimento di alimenti, biocondizionatori, materiali filtranti, test, prodotti per le piante, sale marino, ghiaie, mangimi per rettili e accessori tecnici, per poter soddisfare le esigenze di ogni cliente del tuo pet shop appassionato di acquariologia, secondo la filosofia di rendere la gestione dell'acquario il più semplice possibile.

Ricerca, qualità, sostenibilità

“Nella fase di studio del rinnovamento della linea *Ottavi* abbiamo voluto sviluppare nuovi articoli che si adattino al meglio alle esigenze della flora e della fauna presenti in acquario ma con particolare attenzione all'ambiente, scegliendo quindi di concentrare i prodotti per ridurre l'uso di confezioni, plastiche e scarti in genere e di conseguenza creare meno inquinamento” spiega Giovanni Zanon, Sales & Managing Director di Prodac International. Anche i packaging sono stati rinnovati: mantengono la grafica nota a tutti per facilitare il riconoscimento da parte del tuo cliente ma con alcune migliorie, soprattutto in linea con la nuova normativa ambientale per un corretto smaltimento. Le etichette sono costantemente aggiornate (simbologie e istruzioni), seguendo le rigide direttive EU.

“L'alta qualità e l'affidabilità dei prodotti Ot-



tavi sono garantite da anni di esperienza e serietà professionale. Per i nostri negozianti abbiamo scelto il meglio”, conclude Giovanni Zanon.

Ottavi, il made in Italy e la comunicazione

La linea Ottavi resta fedele al made in Italy. Attualmente oltre il 95% dei prodotti a catalogo, eccezion fatta per pochi accessori, sono prodotti negli stabilimenti di Cittadella (PD). Tra gli obiettivi dell'azienda c'è la riduzione dei trasporti per la produzione, quindi il concetto del made in Italy riguarda anche l'acquisto delle materie prime come farine, oli-goelementi, ghiaie e imballi.

Oltre alla comunicazione sulla stampa specializzata Ottavi ha un proprio profilo Facebook, mentre video tutorial su YouTube e TikTok sono in programma a breve.

Tutti i prodotti sono visibili sul sito www.ottaviacquari.com.

I biocondizionatori e gli attivatori

Aqua-Vit + è un biocondizionatore altamente concentrato che rimuove cloro, clorammina e riduce l'ammoniaca. Ha uno speciale colloide che aiuta a mantenere intatta la mucosa dei pesci oltre all'aggiunta di Aloe vera come antistress.



Bio-Vit + è un eccellente attivatore biologico con ben 6 gruppi di batteri. Consente di mantenere e incrementare la potenzialità di filtraggio biologico in acquario, provocando un'attività sinergica tra batteri ed enzimi. I batteri contenuti contribuiscono in maniera determinante a rafforzare l'effetto della massa filtrante biologica diminuendone il lavoro. I batteri proteolitici attaccano le proteine (residui di mangime, rifiuti solidi dei pesci) mentre quelli cellulitici decompongono piante e alghe morte. L'utilità di tali batteri è duplice:

THE STRENGTH OF A BRAND

The brand meets the needs of all aquatic lovers, according to its philosophy: make aquarium management as easy as possible

If your shop is specialized in aquatic products or you have a fish corner in your shop, you already know that during 2020 the prestigious *Ottavi* brand, active since 1978, has been acquired by Prodac International srl.

Ottavi line is dedicated to specialized shops: Prodac International guarantees that it will not be distributed in Mass Retail Channel in order to provide retailers with full sales support. Moreover, those who will offer *Ottavi* line in their shop can rely on plenty of collaboration chances. If you are interested, meet the company at Zoomark International 2021 in Bologna, 10-12 November, hall 29 and stand I14-I15 H15.

AS EASY AS POSSIBLE

Ottavi brand is dedicated to customers who value high-quality at the right price. It is a popular brand in Italy: that is why Prodac International took the chance of acquiring and distributing the important brand with enthusiasm.

The production and storehouse were moved to Cittadella (PD), in Prodac International plant, and specific feed formulas were developed, besides special sizes of coal, gravel and substrate.

Ottavi range includes food, bioconditioners, filtering material, tests, products for plants, marine salt, gravel, food for reptiles and technical accessories to meet the needs of every customer of your shop, according to its philosophy: making aquarium management as easy as possible.

RESEARCH, QUALITY, SUSTAINABILITY

"While studying the renewal of *Ottavi* line we chose to develop new products that suit at best the needs of aquarium flora and fauna, with special attention to the environment. We chose product concentration to reduce packaging, plastic and waste in general, thus producing less pollution" says Giovanni Zanon - Sales & Managing Director Prodac International.

Packaging was also updated: the famous and well-known layout has been preserved to make it easy for your customers to recognize the brand. However, a few changes have been made, in line with the new environmental regulations for the correct disposal. Labels are constantly updated (symbols and instructions) according to strict EU regulations.

"The high-quality and reliability of *Ottavi* products are guaranteed by years of experience and professionalism: for our retailers we choose the best" says Giovanni Zanon.

OTTAVI, MADE IN ITALY AND COMMUNICATION

Ottavi is loyal to made in Italy, currently over 95% of its catalogue: besides a few accessories, all products are manufactured in Cittadella (PD).

Among the goals of the line there is the reduction of transport for production, thus the concept of made in Italy also covers raw ingredients such as flour, trace elements, gravels packaging.

Besides communication on specialized press, *Ottavi* also has a Facebook profile; video tutorials on YouTube and TikTok will be posted soon.

All products are available on www.ottaviacquari.com.





integrare in maniera determinante l'azione depurativa dei filtri biologici e assicurare un maggior contenuto d'ossigeno all'acqua.

Gli alimenti

Tutti i mangimi *Ottavi* non contengono farine provenienti da animali terrestri ma solo acquatici e includono alghe e pigmenti naturali per mantenere una colorazione naturale dei pesci. Sono mangimi ad alta digeribilità che vengono assorbiti per oltre l'80%, il che significa minore inquinamento nell'acquario e una ridotta somministrazione quotidiana. Sono testati alcuni mesi negli acquari presenti nei laboratori Prodac International e solo dopo che hanno superato i test vengono messi in commercio. Le prove riguardano non solo appetibilità, crescita e colorazione dei pesci, ma anche galleggiamento delle scaglie, velocità di affondamento delle pastiglie, compattezza degli alimenti a contatto con l'acqua, ideale spessore delle scaglie, etc.



Il sale marino

Ottavi Tropical-Reef è un sale marino sintetico di nuova generazione composto da sostanze purissime e di prima qualità. Permette di ottenere in poche ore un ambiente idoneo per pesci e invertebrati marini, anche i più delicati, come i crinoidi. La perfetta miscela di oligoelementi (68), sali e sostanze chelanti lo rendono ideale per l'allestimento di nuove vasche. È prodotto in un laboratorio

BIOCONDITIONERS AND ACTIVATORS

Aqua-Vit+ is a high-concentration bioconditioner that removes chlorine, chloramine and reduces ammonia. Its special colloid preserves fish mucosa intact, while aloe vera has an antistress effect.

Bio-Vit+ is an excellent biologic activator with 6 bacterial strains. It helps preserve and increase the potentiality of aquarium organic filter, thanks to a combined activity of bacteria and enzymes. Bacteria support the strengthening of organic filtering mass, reducing work. Proteolytic enzymes attack proteins (food leftovers, fish solid waste) while cellulolytic enzymes decompose dead plants and seaweed. They have a double effect: integrating the purifying effect of organic filter and ensuring higher oxygen percentage in water.

FOOD

All *Ottavi* products are free from land animal flour: they only contain aquatic animal flours plus seaweed and natural pigments to ensure fish natural colour. They ensure high digestibility and over 80% absorption, which means less pollution in aquarium and reduced daily dose. They have been tested for a few months in laboratory aquaria of Prodac International: they are launched on the market only after they pass. Tests not only regard palatability fish growth and pigmentation, but also scale floating, pill sinking, food density when they touch water, scale ideal thickness etc.

MARINE AQUARIUM

Ottavi Tropical-Reef is a new generation marine salt made of pure and high-quality substances. In a few hours, it ensures the perfect habitat for marine fish and invertebrates, even for the most delicate just like crinoids. The perfect mix of trace elements (68) and chelating substances make it perfect for the set up of new tanks. It is made in a conditioned laboratory at constant temperature, to avoid dampness-related compacting and to allow total and immediate solubility, leaving water crystal clear.

PLANT CARE

Products for plant care follow the same criteria: higher concentration for lower environmental impact and excellent growth.

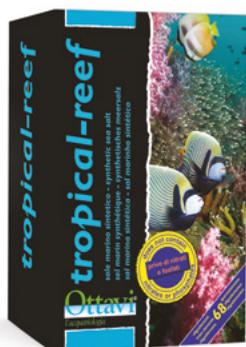
Flora-Vit + is a fertilizer for aquatic plants with all the necessary micro and macro elements to ensure a blooming development of aquatic flora; fast-growing strong plants mean more oxygen for fish and lower algae growth.

Fondo-Mix is a slow-release natural substrate for long-term fertilization. It is suited for freshwater aquaria and it is perfect in case of new set-ups because of its richness: it contains micro and macro elements for the general growth of flora. It contains elevated quantities of potassium and iron, fundamental for the correct operating of plant enzymatic system, traces of elements such as potassium, calcium, nitrogen, phosphorus, cobalt, manganese, magnesium etc.

Fondo-Vital is specifically developed to support the



condizionato a temperatura costante per evitare che l'umidità lo possa compattare e per permettere una totale e immediata solubilità, lasciando l'acqua cristallina.



La cura delle piante

I prodotti per la cura delle piante sono concepiti con gli stessi criteri: molto concentrati per un minor impatto sull'ambiente e una crescita ottimale.

Flora-Vit + è un fertilizzante per piante acquatiche contenente tutti i micro e macro elementi necessari per un rigoglioso sviluppo della flora in acquario; piante forti che crescono velocemente significano maggior ossigeno per i pesci e minor crescita delle alghe. *Fondo-Mix* è un sottofondo naturale a lenta cessione per la concimazione di lunga durata. Destinato ad acquari d'acqua dolce, è ideale nell'allestimento di nuovi acquari perché ricco di sostanze: è infatti composto da macro e micro elementi per lo sviluppo della flora in genere. Contiene elevati livelli di potassio e ferro, fondamentali per il corretto funzionamento dei sistemi enzimatici delle piante e tracce di elementi quali potassio, calcio, azoto, fosforo, cobalto, manganese, magnesio, ecc.



Fondo-Vital è appositamente studiato per favorire il rigoglioso sviluppo delle piante in acquari d'acqua dolce perché è composto da argille e oligoelementi ed è arricchito con minerale ferroso sotto forma di solfato. La

luxuriant growth of plants in freshwater aquaria: it contains clay, trace elements and it is supplemented with sulphate. Its special porous structure preserve the substrate oxygenation and makes sure that plants take root easily.

AQUA-TEST 7IN1 AND NATURE GRAVEL

In September and October two new products were launched: *Aqua-test 7in1* is the new test measuring 7 tests with one strip: pH, GH, KH, NO₃, NO₂, CO₂, Cl₂. The package contains 50 strips for a total of 350 tests. Moreover there are 6 new colours *Nature Gravel*, which broaden *Ottavi* range for aquascaping gravel. They are packed in 5kg transparent plastic bucket and they can be easily piled up to optimise space in shops.

sua particolare struttura porosa mantiene l'ossigenazione del fondo e fa in modo che le radici delle piante trovino facile inserimento.

Aqua-Test 7in1 e Nature Gravel

In settembre e ottobre sono stati lanciati due nuovi prodotti. *Aqua-Test 7in1* è il nuovo test in strisce per il controllo dell'acqua che permette di eseguire, con una sola "strisciata", ben 7 test: pH, GH, KH, NO₃, NO₂, CO₂, Cl₂.



La confezione contiene 50 strisce per un totale di 350 rilevamenti. E poi 6 nuove colorazioni di ghiaietti naturali *Nature Gravel* ampliano la gamma *Ottavi* con ghiaie per aquascaping. Sono confezionate in secchielli di plastica trasparente da 5 kg facilmente impilabili per ottimizzare lo spazio nel tuo negozio. (S.P.)



L'incontro fra arte e tecnica

Vuoi aprire il tuo salone? Perfezionarti nell'arte del grooming? Overline ti accompagna a 360 gradi nella professione di toelettatore



Incontriamo Federica Merini, general manager di *Overline*, in un giorno particolare, quello dei diplomi. Ci troviamo all'*Overline Academy*, dove si stanno vivendo momenti di grande emozione: un gruppo di allievi ha concluso il percorso formativo ed è pronto a varcare le porte del mondo del lavoro.



La più orgogliosa è Nelly Oliva, (nella foto) direttrice dell'*Academy* e maestra di toelettatura, che vanta un'enorme esperienza tecnica nel campo della nobile arte del grooming, iniziata con gli studi a Parigi. Anche Maurizio Merini, fondatore di *Overline*, non nasconde la

soddisfazione nel vedere questi giovani così entusiasti di intraprendere la professione con un saldo bagaglio di conoscenze e competenze sulle spalle. Maurizio, Nelly, Federica: padre, madre, figlia. Una famiglia che guida un'azienda con più di trent'anni di attività e che è in grado di affiancarsi al toelettatore e al negoziante per aiutarlo a migliorare il suo lavoro di ogni giorno.



Delicati per gli animali e le mani del professionista

La vera forza di *Overline* è la capacità d'innovazione costante per offrire la massima qualità nel campo della cosmesi più avanzata per cani e gatti e delle attrezzature specializzate per la toelettatura.

Tutti i prodotti per la cura e il trattamento di cute e pelo, nelle linee normale e Bio, hanno un effetto idratante, riparatore e protettivo sullo strato lipidico naturale dell'animale e non contengono parabeni, tensioattivi o polifenoli. "Nella formulazione di queste due linee", spiega Federica Merini "l'attenzione

OVERLINE
ACADEMY

OVER LINE MERINI

tel. 3357218594

www.overlineshop.com

maurizio.merini@libero.it



PAD. 26 STAND B95 - C96

non è rivolta solo al cane o gatto ma anche al professionista: abbiamo pensato a lui e alle lunghe ore che trascorre con le mani a contatto con acqua, shampoo, aria calda e fredda. Il fondamento di base della linea cosmetica classica è ancora quello messo a punto nel 1990 dal dott. Maurizio Merini, formulata con poche sostanze chimiche, ricca di lanolina e glicerina - che creano un film protettivo per proteggere le mani dell'operatore e la pelle e il pelo dell'animale - e di altri ingredienti nobili. La linea Bio è a base di cheratina (proteina formata da vari amminoacidi, costituente della pelle e del pelo) per favorire una migliore struttura del pelo e rinforzare il manto in modo naturale. Il pelo del cane e del gatto infatti, come i nostri capelli, per via di intemperie, smog e altri agenti esterni con il tempo tendono a deteriorarsi (desquamazione, muta, nodi ecc.), quindi puntiamo con i nostri prodotti a ristrutturare il pelo per averlo bello e in salute, altrimenti l'alternativa è quella di tagliarlo".



Un bagno di benessere

Overline affianca il professionista anche con le sue attrezzature, vasche, phon, soffiatori e tutti i macchinari per allestire una vera e propria spa. "L'uso di bagni termali a base di ozono è un vero toccasana per i quattrozampe" spiega Federica "un bagno di ozono aiuta a non perdere pelo e a rigenerare il manto, pulisce e igienizza la pelle, elimina in profondità sporco, grasso e batteri ed è un utile rimedio naturale per aiutare a risolvere problemi dermatologici, muscolari e articolari".

Vieni a scuola all'Overline Academy

Maurizio Merini e Nelly Oliva sperimentano tutto questo in prima persona nel centro estetico Toelettatura Moderna a Roma, un salone che si estende su una superficie di 450 mq, dove si formano i giovani che vogliono imparare l'arte della toelettatura.



La *Overline Academy* propone un corso completo per diventare professionista della durata di 4-5 mesi, con esame finale teorico e pratico e certificato di abilitazione. "Il programma alterna il giusto mix di teoria e pratica" commenta Federica Merini. "Partiamo dalle basi fino ad arrivare agli argomenti più specifici: bagno, asciugatura, tecnica delle forbici, tosatura a macchinetta, uso dei prodotti e delle tecniche per ogni tipo di manto, stripping, taglio, preparazione per esposizione. La parte teorica viene curata dal dott. Merini, zoologo, e da medici veterinari, noti psicologi canini che formano i ragazzi a 360 gradi studiando i problemi di pelle, pelo e dermatiti attraverso uno studio approfondito dei parassiti e di tutto ciò che può portarli a diventare dei seri professionisti. Imparando nel nostro centro estetico gli allievi hanno la possibilità di fare pratica, guardando e scoprendo i segreti dei maestri durante il lavoro di tutti i giorni". (A.S.)

A MEETING OF ART AND TECHNIQUE

Want to open your own grooming centre? Want to improve your grooming technique? *Overline* will follow you in your grooming business

Meet Federica Merini, *Overline* General Manager, on a special occasion: graduation day. There is great emotion at *Overline Academy*. A group of students has ended the training path: they are now ready to enter the grooming sector. Nelly Oliva is the proudest of all: Academy director and grooming master with a huge grooming background started in Paris. Maurizio Merini, *Overline* founder, is also pleased to see these young people so eager to start working with a broad set of skills and knowledge. Maurizio, Nelly, Federica: father, mother, daughter. A family running a 30-year old company, which is capable to support groomers and retailers and help them improve their business day by day.

DIDA: Nelly Oliva, Academy director and grooming master

GENTLE FOR PETS AND FOR GROOMERS' HANDS

Overline real strength is the constant innovation to ensure the utmost quality in the sector of beauty products for cats and dogs as well as specific grooming equipment.

All traditional and Bio products dedicated to the care of skin and fur ensure a moisturizing, restoring and protecting effect on the pet's natural lipid layer. Moreover, they are free from parabens, surfactants or polyphenols. "The two lines", explains Federica Merini, "are attentive to cats, dogs but also to groomers. We also focused on how much time they spend with hands in the water, shampoo, or warm/cold air. The main principle of traditional beauty line is still the same developed 1990 by Dr. Maurizio Merini: few chemical substances, rich in lanolin and glycerine that create a protective layer on groomers' hands and on pet skin, plus other noble ingredients. Bio line contains keratin (protein amino acid, component of skin and fur) to maintain the correct fur structure and to strengthen the coat naturally. The fur of cats and dogs tend to deteriorate because of weather, pollution and other agents (desquamation, moult, tangles, etc.), just like our hair. That is why we restore the fur, ensuring health: the alternative is to cut it".

A BATH OF WELL-BEING

Overline also supports pet professionals with equipment, tanks, dryers, blowers and all the necessary machines to set up a real spa. "Thermal baths with ozone are a real panacea for puppies" explains Federica. "An ozone bath avoid loss fur and restores the coat; moreover, it deeply cleans the skin and removes dirt, fat, bacteria. It is an excellent support in case of skin, muscle and articular ailments".

COME TO SCHOOL AT OVERLINE ACADEMY

Maurizio Merini and Nelly Oliva already test all products in their grooming centre Toelettatura Moderna in Rome, which covers a surface of 450 m2. Young people who want to learn about grooming can study here. *Overline Academy* offers a complete course to become professional groomer in 4-5 months, with final test (theory and practice) and qualification certificate. "The schedule correctly combines theory and practice" says Federica Merini. "We start with the basics and reach specific topics: bath, drying, scissor technique, clipping technique, use of products and techniques for each coat type, stripping, cut, preparation for exposition. Dr. Merini, zoologist, together with veterinarians, famous dog psychologists, takes care of theory and train students: they study the problems of fur and skin, dermatitis, parasites and everything that could help them become real professionals. By learning in our centre, students can practice their knowledge, watching and discovering the secrets of masters in their everyday job".



Grani riscoperti e ingredienti funzionali



Farro, avena e segale appositamente selezionati, per una ricompensa ricca di benessere. Leggera, digeribile e 100% naturale

Ai tuoi clienti attenti ai nuovi trend legati alla riscoperta dei grani antichi, attualmente molto in crescita nell'alimentazione umana, puoi proporre come novità la linea di biscotti *Nature Bakery*. Come probabilmente saprai, i grani riscoperti (definiti così in quanto non più utilizzati da molto tempo) sono varietà gradualmente sostituite, a partire dagli anni '60, da altre tipologie moderne che creano meno problemi nelle fasi di lavorazione ma sono molto più ricche di glutine.

I grani riscoperti presentano tanti vantaggi: non hanno subito manipolazioni genetiche, sono meno raffinati e mantengono maggiormente le proprietà nutrizionali presenti nella cariosside, sono più leggeri e digeribili, riducono l'insorgenza di intolleranze perché sono meno utilizzati e hanno un rapporto più equilibrato tra amido e glutine, contenendo una percentuale minore di questa proteina, con tutti i benefici che ciò comporta per l'organismo.

La sapiente combinazione dei tre grani

Nature Bakery è la linea di biscotti per cani completamente naturale prodotta artigianalmente da Cliffl con farine integrali di grani riscoperti (farro, avena e segale), selezionati appositamente dall'azienda, e con ingredienti funzionali in grado di soddisfare ogni esigenza.

I biscotti *Nature Bakery* sostengono il concetto di alimentazione naturale che influenza in modo decisivo il benessere dell'organismo e rappresenta un elemento fondamentale per migliorare la qualità della vita, offrendo nel contempo un'eccezionale appetibilità e un sapore unico che deriva dalla sapiente combinazione dei tre grani riscoperti. Tutti i biscotti della linea Cliffl Nature Ba-



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



IL BUONO DELLA NATURA



kery vengono preparati utilizzando farine integrali di farro, avena e segale naturalmente ricche di fibra, così importante per il benessere dell'organismo e con ingredienti naturali. La produzione è semplice, senza olio di palma, senza coloranti, aromi e conservanti artificiali. Molto appetitosi e digeribili, 100% naturali, rappresentano la ricompensa perfetta per il cane e un goloso fuori pasto ricco di benessere.

La grafica accattivante della linea *Nature Bakery* esprime l'idea di naturalità e artigianalità italiana, l'autenticità di un prodotto buono, fatto in casa con tutto l'amore e l'attenzione alla genuinità che ogni proprietario pet vorrebbe offrire al proprio quattrozampe.

Disponibili nella confezione da 200 g con cavallotto attorno al sacchetto trasparente che rende ben visibile il prodotto, i *Nature Bakery* sono promozionati in espositore bifacciale ad un prezzo molto interessante e conveniente per i tuoi clienti.

Funzionalità specifiche per il benessere

Le cinque varietà proposte soddisfano ogni esigenza di naturalità e i gusti più difficili e raffinati, offrendo allo stesso tempo specifiche funzionalità.

Nature Bakery Relax: cotti al forno e formulati senza farine di origine animale, contengono camomilla e passiflora - note per le loro qualità rilassanti naturali - e miele. Ideali per favorire il relax nei cani iperattivi, ansiosi, irritabili e agitati.

Nature Bakery Training: per cani di tutte le taglie oltre i due mesi di età, sono perfetti durante l'addestramento come rinforzo positivo. Senza zuccheri aggiunti, sono cotti al forno e molto apprezzati dai quattrozampe grazie al formaggio stagionato, naturalmente privo di lattosio. Ideali da tenere

REDISCOVERED GRAINS AND FUNCTIONAL INGREDIENTS

Spelt, oat and rye, specifically selected to ensure a treat rich in well-being, light, digestible and 100% natural

If your customers are attentive to the new trends related to ancient grains (a growing trend in human-grade nutrition), you can offer *Nature Bakery* line of biscuits. As you know, ancient grains were gradually replaced by modern grains since the 60's: modern grains are processed more easily, even though they are richer in gluten.

Rediscovered grains offer plenty of advantages: no genetic manipulation, less refined, preservation of caryopsis nutritional features, light and digestible. Moreover, they feature a lower risk of intolerance because of a balanced starch-gluten ratio: this ensures beneficial effects on the organism.

SKILFUL COMBINATION OF THREE GRAINS

Nature Bakery is the line of dog biscuits by Cliffl: it is completely natural and handcrafted with whole flour from specifically selected rediscovered grains (spelt, oat and rye) and functional ingredients, capable to meet all needs.

Nature Bakery follow the trend of natural nutrition, which positively affects the well-being organism. It is fundamental to improve the quality of life, combining exceptional palatability and unique taste, thanks to the three rediscovered grains. All *Cliffl Nature Bakery* biscuits contain whole flour of spelt, oat and rye, which are naturally rich in fibre (very important for the well-being of the organism) plus natural ingredients. Recipes do not contain palm oil or artificial colouring, flavouring and preserving substances. They are palatable, digestible and 100% natural: the perfect reward and a tasty treat for dogs rich in well-being.

The attractive layout of *Nature Bakery* conveys the idea of Italian natural and artisan food, the authenticity of a product baked with love and attention to genuineness, just like every pet owner would do.

Nature Bakery treats come in 200g packages with header card on transparent bag to ensure product visibility and are available with two-side display at an interesting and convenient price for your customers.

SPECIFIC FUNCTIONALITIES FOR WELL-BEING

The five varieties meet any needs and the most demanding and fine pets, ensuring specific functionalities.

Nature Bakery Relax: they are oven baked without flours of animal origin. They contain chamomile and passion flower, famous for their natural calming effect, plus honey. They help calm hyperactive, anxious, irritable and upset dogs.

Nature Bakery Training: for dogs of all breeds after two months. They are perfect as positive reward during training. They are free from added sugar, oven baked and popular thanks to lactose-free matured cheese. They are perfect as treat with less than 3.5 calories.

Nature Bakery Dental: the crispy texture has a mechanical cleaning effect in the mouth. They provide useful substances for the well-being of teeth and gums, such as parsley to preserve a fresh and pleasant breath and green tea to fight halitosis. They are oven baked without added sugar. Matured cheese is naturally lactose-free and makes them palatable.

Nature Bakery Apple and Cinnamon: tasty apple, popular cinnamon and honey. They taste like home-made biscuits, with natural quality ingredients and without animal flours.

Nature Bakery Lamb and Ginger: lamb flavour and nutritional features, combined with ginger, ensure a unique taste. They are oven baked and their crispy texture helps preserve clean teeth.





to fresco e gradevole e tè verde che aiuta a contrastare l'alitosi. Sono cotti al forno e formulati senza zuccheri aggiunti. Il formaggio stagionato, naturalmente privo di lattosio, li rende particolarmente appetitosi e graditi.

Nature Bakery Mela e Cannella: con mela benefica e gustosa, cannella - che i cani adorano e che ha effetti positivi sul benessere - e miele, hanno il gusto genuino dei biscotti fatti in casa senza farine animali, con ingredienti naturali di qualità.

Nature Bakery Agnello e Zenzero: il sapore e le proprietà nutritive dell'agnello unite allo zenzero, noto per le sue tante benefiche proprietà, donano a questi biscotti un gusto unico e inconfondibile. Sono preparati al forno in modo semplice e grazie alla loro consistenza croccante aiutano a mantenere i denti puliti. (S.C.)

sempre a portata di mano come ricompensa (meno di 3,5 calorie per biscotto).

Nature Bakery Dental: la loro consistenza croccante svolge un'azione meccanica di pulizia della bocca. Contengono sostanze utili al benessere di denti e gengive, quali prezzemolo per mantenere un ali-



FOCUS SUI GRANI UTILIZZATI IN NATURE BAKERY

Il farro è uno dei grani più antichi coltivati dall'uomo: costituiva l'alimento base della dieta degli eserciti romani perché facile da coltivare, ricco di nutrienti e con una quantità di glutine inferiore rispetto al frumento. È uno dei grani meno calorici e contiene l'aminoacido essenziale metionina, carente in quasi tutti gli altri grani.

La segale vanta degli ottimi valori nutrizionali, è ricca di fibre ed è quindi utile per regolarizzare l'intestino. Il recupero di questo cereale non è interessante solo dal punto di vista della biodiversità, ma anche da quello della salute. La segale infatti, vantando un buon contenuto di lisina, è un importante componente per un'alimentazione equilibrata.

L'avena è ricca di fibre che aiutano il corretto funzionamento dell'intestino e della digestione. È un grano con un buon contenuto di proteine e di acidi grassi essenziali. Il suo consumo è importante per la sintesi proteica, grazie al contenuto di lisina. Contiene antiossidanti e fornisce all'organismo energia a lungo termine.

FOCUS ON NATURE BAKERY GRAINS

Spelt is one of the most ancient grains farmed by humans. It was the main food of Roman armies because it was easy to farm. Spelt is rich in nourishing substances, with lower percentage of gluten compared to wheat. It is one of the less caloric grains and contains methionine, essential amino acid lacking in nearly all grain types.

Rye features excellent nutritional values, good levels of fibres and it is useful to ensure regular intestinal transit. Rye is not only important for biodiversity, but also for health: thanks to an excellent percentage of lysine, it helps ensure a balanced diet.

Oat is rich in fibres, which support digestion and intestinal functionality. It ensures adequate quantities of proteins and essential fatty acids. Thanks to lysine, it is important for protein synthesis. It contains antioxidants and provides the organism with long-term energy.



Arriva la lettiera che si può lavare

Mais e manioca in una ricetta che è il futuro sostenibile dell'igiene felina: stop a odori, prodotti chimici e spreco di materiale



Naturale, biodegradabile, sostenibile, rinnovabile. Si presenta con tutte le carte in regola per piacere ai sempre più numerosi clienti che amano i prodotti green la lettiera *Sustainably Yours Litter*: elimina gli odori, è facile da pulire, è senza argille ed è fatta solo da ingredienti che più naturali di così non si può: mais e manioca. Inoltre è una lettiera lavabile! Il segreto è la speciale miscela, queste due colture naturali, che ha un eccezionale controllo degli odori e forma grumi molto solidi facili da raccogliere. Disponibile in due varianti: *Multi-Cat* e *Multi Cat-Plus*.

Sei buone ragioni

Volete un buon motivo di vendita? Eccone ben sei!

- 100% sostenibile, solo mais e manioca, due colture completamente naturali, rinnovabili e biodegradabili.
- Un pulito che si può vedere! Il candore della lettiera permette di tenere sotto controllo la salute del gatto attraverso le differenze nel colore dell'urina.
- Blocca gli odori al contatto. Il mais presente in *Sustainably Yours Litter* neutralizza istantaneamente gli odori sgradevoli.
- Senza polvere, sostanze chimiche e profumo.

Sustainably yours NATURAL CAT LITTER

SUSTAINABLY YOURS LITTER
www.syllitter.com



PAD. 26 USA PAVILION STAND C48

- Grumi più sodi. La manioca di *Sustainably Yours Litter* è naturalmente ricca di amido, in associazione al mais intrappola i liquidi ma, a differenza delle normali lettiere a base vegetale, i grumi si rimuovono facilmente senza rompersi.
- È lavabile. Per i più appassionati di riutilizzo, i grumi si possono lavare in modo sicuro, 1-2 per volta, con 15 minuti di ammollo e poi un bel risciacquo. (S.C.)

HERE COMES THE WASHABLE LITTER

Corn and manioc mix, the future of cat hygiene: no more odours, chemical products and product waste

Natural, biodegradable, sustainable, renewable. All the features to be popular among green customers: *Sustainably Yours Litter* removes odours, it is easy to clean, it has no clay and only contains natural corn and manioc. Moreover, it can be washed!

Its secret is the special mix: natural plants with extraordinary odour control. The litter creates solid clumps that can be easily scooped. Two versions are available: *Multi-Cat* and *Multi-Cat Plus*.

SIX GOOD REASONS

Are you looking for a good selling point? Here you have six good selling points!

- 100% sustainable, only corn and manioc, two completely natural cultivations, renewable and biodegradable.
- You can see it is clean! The litter is white and help control cat health through urine colour.
- Odour-blocking contact. *Sustainably Yours Litter* corn immediately stops foul odours.
- Free from dust, chemical substances and perfume
- Solid clumps. *Sustainably Yours Litter* manioc is naturally rich in starch. Together with corn, they trap liquids but unlike traditional vegetable litter, clumps are easily removed.
- It can be washed. For super-green owners, clumps can be safely washed: 1-2 at a time, soak them for 15 minutes and rinse well.



Superfood, argomenti di vendita

La tradizione mediterranea e i suoi ingredienti ricchi di benefici si sposano con una ricetta monoproteica



Mirtilli neri, melagrana, more e lamponi... non solo frutti, bensì una miscela tutta mediterranea di superfood. Al cliente del tuo pet shop puoi illustrarne le caratteristiche: ingredienti naturalmente ricchi di antiossidanti che regalano i loro preziosi benefici all'alimento nel quale sono inclusi. È questo uno dei plus di *Exclusion Mediterraneo Monoprotein* per il gatto, un'intera linea di prodotti completi e bilanciati, pensati per accompagnare il felino di casa in tutte le fasi della vita favorendo benessere, vitalità e bellezza.



La ricetta è molto semplice: una sola fonte proteica animale disidratata, un solo cereale, tanti superfood e un occhio di riguardo per l'apparato urinario, perché - come per noi esseri umani - anche il benessere del gatto parte dall'alimentazione.

 **Dorado**[®]

DORADO SRL
tel. 042659140
fax 0426308158
www.exclusion.it
infoservice@exclusion.it



Perché monoproteico

Da un po' di tempo la scelta aziendale di Dorado è quella di formulare solo alimenti monoproteici, che possano nutrire il gatto in maniera completa e bilanciata, apportando un alto valore nutrizionale attraverso l'utilizzo di una sola fonte proteica animale disidratata e un solo cereale nobile di alta qualità, come il riso. Si aggiungono poi mirtilli neri, melagrana, more e lamponi, che aiutano a neutralizzare il danno ossidativo causato dai radicali liberi. Inoltre gli alimenti *Exclusion Mediterraneo* si distinguono per una formulazione appositamente studiata per favorire il benessere e la salute delle vie urinarie, spesso punto debole dei gatti.

Per tutti i gusti, per ogni età e stile di vita

La linea *Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula* propone 9 referenze, per nutrire al meglio ogni felino domestico:

- *Kitten monoproteico al Pollo* - per gattini fino a 12 mesi di età;



- *Adult monoproteico al Pollo, al Manzo* oppure *al Tonno* - per gatti adulti/oltre 1 anno;
- *Sterilized monoproteico al Pollo, al Manzo o al Tonno* - per gatti sterilizzati;
- *Giant Sterilized monoproteico al Pollo* - specifico per gatti sterilizzati di grande taglia;
- *Sterilized +7 monoproteico al Pollo* - appositamente formulato per gatti sterilizzati “diversamente giovani”, oltre i 7 anni di vita.

I punti chiave per il proprietario pet

Riassumendo schematicamente, ti suggeriamo gli argomenti di vendita di *Exclusion Mediterraneo Monoprotein* per gatto.



MONOPROTEIN FORMULA: una sola fonte proteica animale disidratata per dare un maggior apporto di nutrienti e una ricetta chiara, semplice ed essenziale, con un contributo di proteine adeguato alle esigenze nutrizionali del gatto.



NOBLE GRAIN: tutti gli alimenti sono formulati con un solo cereale nobile di alta qualità, il riso, e senza l'utilizzo di mais, frumento o soia aggiunti.



URINARY SYSTEM: la ricetta specifica favorisce il buon funzionamento e il benessere delle vie urinarie.



MEDITERRANEAN SUPERFOOD: mirtillo, melagrana, more e lamponi, ricchi di antiossidanti naturali, aiutano a neutralizzare il danno ossidativo, causato dai radicali liberi.



HAIRBALL SYSTEM: l'integrazione in ricetta con psyllium e cellulosa come fibre naturali, è l'ideale per contrastare la formazione dei boli di pelo e favorirne l'eliminazione.



SHINING COAT: la presenza dell'olio di salmone favorisce salute e bellezza della pelle, ed esalta la lucentezza del pelo.



PREBIOTIC SYSTEM: l'utilizzo di FOS e MOS aiuta il corretto equilibrio del microbiota intestinale e favorisce una corretta digestione dell'alimento.



NATURAL PRESERVATION: sono conservati solo con antiossidanti naturali, per mantenere al meglio la freschezza e l'appetibilità della crocchetta. (V.L.)

SUPERFOOD, SELLING POINTS

Mediterranean tradition and its ingredients rich in beneficial effects are combined with a single serve recipe

Blueberries, pomegranate, blackberries and raspberries...not only fruit, but also a Mediterranean superfood mix. You can explain their features to your customers: these ingredients are naturally rich in antioxidants, which add their precious beneficial effects to the food they are contained in.

This is one of the plus features of *Exclusion Mediterraneo Monoprotein* for cats: a whole range of complete and balanced food for the support of cats throughout their life. They provide well-being, beauty and vitality. The recipe is simple: one source of dehydrated animal protein, one cereal, plenty of superfood and special attention to the urinary system. Just like humans, the well-being of cats starts from their diet.

WHY SINGLE-PROTEIN

For some time now Dorado chose to manufacture single-protein food only, ensuring the complete and balance nutrition of cats and providing an elevated nutritional value: only one source of dehydrated animal protein and one high-quality noble cereal such as rice. The recipes include blueberries, pomegranate, blackberries and raspberries to neutralize oxidating damage related to free radicals.

Moreover the formula of *Exclusion Mediterraneo* products is specifically developed to support the well-being and health of the urinary system, which is often a point of weakness for cats.

FOR ALL PREFERENCES, AGES AND LIFE STYLES VITA

Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula line includes 9 products to feed each cat at best:

- *Kitten Monoprotein with Chicken* - for kittens up to 12 months;
- *Adult Monoprotein with Chicken, with Beef or with Tuna* - for adult cats over 1 year;
- *Sterilized Monoprotein with Chicken, with Beef or with Tuna* - for neutered cats;
- *Giant Sterilized Monoprotein with Chicken* - for neutered large cats;
- *Sterilized +7 Monoprotein with Chicken* - specifically developed for senior sterilized cats over 7 years.

KEY POINTS FOR PET OWNERS

Here are the selling points of *Exclusion Mediterraneo Monoprotein* for cats.

MONOPROTEIN FORMULA: only one source of dehydrated animal protein, to ensure more nourishing ingredients and a clear, simple and essential recipe. the percentage of proteins is suited for cat's nutritional needs. noble grain: all products contain a high-quality noble cereal, rice. no wheat, corn or soy added.

URINARY SYSTEM: the specific recipe support the correct health and functionality of the urinary tract.

MEDITERRANEAN SUPERFOOD: blueberries, pomegranate, blackberries and raspberries are rich in natural antioxidants. they help reduce the oxidating damage caused by free radicals.

HAIRBALL SYSTEM: *psyllium* and cellulose as natural fibres help fight the formation of hairballs and support their removal.

SHINING COAT: salmon oil supports the health and beauty of skin, enhancing the brilliance of fur.

PREBIOTIC SYSTEM: fos and mos help restore the correct balance of the intestinal microbiota, supporting the correct digestion of food.

natural preservation: only natural antioxidants are used to preserve the kibble's freshness and palatability.



NOTIZIE BREVI

VITA CUBE, L'INNOVATIVO MAGAZZINO VERTICALE DI VITAKRAFT

In diretta streaming mondiale è stato inaugurato presso la sede centrale di Brema, in Germania, il nuovo magazzino a scaffalature verticali, totalmente automatizzato, del Gruppo Vitakraft. L'innovativo format ha reso possibile a personalità delle istituzioni, della politica, del commercio e a più di 1.100 impiegati in tutto il mondo di assistere all'inaugurazione del *Vita Cube* in tempo reale. "Vitakraft sta vivendo da anni una crescita inarrestabile nell'ambito dei mercati internazionali del pet" - commenta Claudio Sciarpa, Amministratore Delegato di Vitakraft Italia - "e ciò ha inevitabilmente spinto al limite la produzione e la capacità di stoccaggio. Con il nuovo 'gigante di 38 metri di altezza', il Gruppo Vitakraft è oggi in grado di espandere la capacità di stoccaggio fino a 44.000 posti pallet, così da stare al passo con le aspettative di crescita dei prossimi anni". Un progetto importante e ambizioso che ha richiesto un investimento di oltre 25 milioni di euro in una struttura all'avanguardia, totalmente autosufficiente dal punto di vista energetico, con 25 navette "shuttle" che gestiscono il trasporto automatizzato dei pallet. "È un gigante" - prosegue Sciarpa - "che rivoluziona, ottimizza e velocizza tutta la logistica di Vitakraft". Il sindaco di Brema Andreas Bovenschulte e il sindaco della vicina città di Achim, Rainer Ditzfeld, hanno espresso le loro congratulazioni. Interventi video di ringraziamenti e saluti sono arrivati anche dal Dott. Claudio Sciarpa, in rappresentanza di tutte le filiali europee Vitakraft, dagli amministratori delegati delle filiali in Asia e Usa e dai rappresentanti delle associazioni tedesche del settore pet IVH e ZZF.

Info: www.vitakraft.it



GRUPPO MARS E FONDAZIONE PROGETTO ARCA PER I SENZATETTO E I LORO AMICI QUATTROZAMPE

Cascina Vita Nova è l'innovativa struttura che dal mese di ottobre accoglierà nella città di Milano i senzatetto e i loro amici a quattro zampe: una cittadella della solidarietà situata nel quartiere di Baggio, aperta a tutta la città, e strutturata con diversi servizi dedicati a persone e famiglie disagiate. "Il mondo che vogliamo domani inizia da come facciamo business oggi". È seguendo questo purpose che One Mars-Mars Italia, a cui seguiranno a breve Royal Canin e AniCura, supporta la struttura creata da Fondazione Progetto Arca. "Siamo impegnati per creare città sempre più a misura di animali da compagnia, perché crediamo che quella speciale e indissolubile relazione che si crea con loro sia fonderia di salute fisica e mentale per chi li adotta e per loro stessi", dichiara Simona D'Altorio, Corporate Affairs Director Mars South Europe. La prima unità di servizi è pronta: 7 appartamenti per dare una casa a persone senza dimora e ai loro cani, uno spazio dedicato ai pet degli ospiti, un grande ambiente multifunzionale con attività culturali e ricreative aperte alla città, una mensa che servirà 70 pasti al giorno, un social market per famiglie in difficoltà e un parrucchiere dedicato.

Info: www.progettoarca.org, www.mars.com

Iv SAN BERNARD®

Non perderti
la prima puntata!

Domenica 10 Ottobre
dalle ore 10:55 su Rete4



DALLA PARTE DEGLI ANIMALI... E DEI TOELETTORI

Tutto quello che c'è da sapere sul mondo del grooming e molto altro. Iv San Bernard, la nota azienda di cosmetici per animali con sede a Montelupo Fiorentino, partecipa ogni domenica al programma "Dalla parte degli Animali" condotto dall'On. Michela Vittoria Brambilla che va in onda a partire dalle ore 10:55 su Rete4 e in replica alle ore 16:00 su La5. Nel corso della prima puntata Iv San Bernard ha proposto una rubrica registrata durante l'evento del 12 settembre (quando è stata inaugurata ufficialmente la nuova sede dell'azienda a Montelupo Fiorentino) e le protagoniste Roberta Rossi, Eleonora Azzini e Monique Van de Ven hanno parlato delle proprie esibizioni e della loro passione per questo lavoro. In generale le rubriche trattano argomenti di toelettatura (le diverse tipologie di pelo, il bagno SPA, la tosatura...) con un linguaggio semplice che permette al pubblico a casa di comprendere al meglio. Gli argomenti, i consigli e le interviste sono molto interessanti anche e soprattutto per i toelettatori che vogliono scoprire il mondo Iv San Bernard!

Info: www.wwww.ivsanbernard.it



PETTAGRAM, NON SOLO SOCIAL

Dedicata ai proprietari di pet ma anche ai professionisti come te, scopriamo come adoperarla al meglio

È un social? Sì! Ma non solo. *Pettagram* è la nuova applicazione in cui i tuoi clienti potranno pubblicare e vedere foto e video dei loro pet, allargare il loro network di amicizie e accedere a servizi utili. Ma soprattutto: l'app permette ai professionisti del settore come te di registrare la propria attività commerciale e creare una scheda aziendale.

Su *Pettagram* i pet lovers possono pubblicare foto belle, scherzose e appassionate del loro amico del cuore e condividere i momenti più belli passati insieme, entrando in contatto con nuove persone.

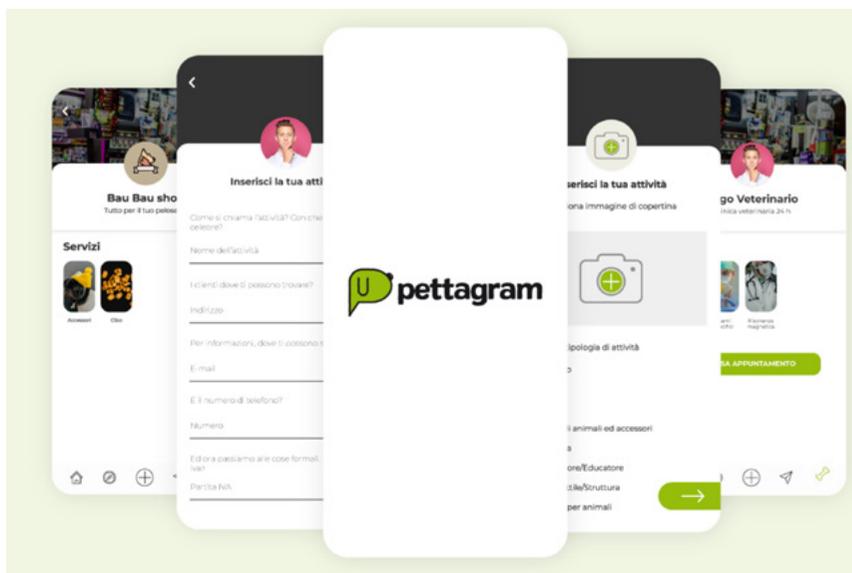
Magari anche per trovare il partner ideale per il proprio animale.



Social sì, ma anche business

La app non è solo un social aperto a ogni razza di cani e gatti, perché il suo punto di forza è quello di fornire un vero e proprio supporto, come memorizzare tutte le informazioni (nome, razza, età, sesso, peso, colore, segni particolari, microchip, libretto sanitario, certificati, foto...), ricordare le scadenze dei vaccini o degli appuntamenti, geolocalizzare l'animale in caso di smarrimento o ritrovamento e grazie alla scheda aziendale che avrai debitamente compilato non appena ti iscriverai, le persone che si troveranno nei pressi del tuo negozio e dovessero averne bisogno, potranno raggiungerti in un clic, seguendo le indicazioni stradali.

Ecco perché *Pettagram* è di grande interesse per i professionisti. Nell'area business è possibile creare il proprio profilo gratuitamente per mettere in risalto la propria attività, servizi, prezzi e condizioni oltre che ricevere richieste di prenotazione tramite notifiche istantanee e rispondere comodamente dall'app con un sistema di messaggistica rapido e sicuro. Non ci sono costi o obblighi di fornitura minima di servizi, si possono postare offerte o informazioni come fanno tutti gli altri utenti.



LO YORKSHIRE TERRIER

in collaborazione con Paola Acco

Le origini

La razza, risultato di vari incroci, nacque nella seconda metà dell'Ottocento. In origine lo Yorkshire Terrier veniva impiegato per cacciare i topi dalle fabbriche tessili e nelle miniere di carbone, dove riusciva ad infilarsi nelle gallerie più strette per cercare gli uomini in difficoltà.



La leggenda narra che le operaie delle fabbriche tessili, abituate ad accarezzare i cani con le mani sporche di lanolina, si accorsero che in questo modo il pelo cresceva sano e folto, tanto da indurre vere e proprie competizioni per il soggetto con il manto più bello. Con il tempo le signore delle famiglie più abbienti notarono la bellezza di questa piccola razza e lo Yorkshire Terrier assunse il ruolo

di cane da compagnia che ha tutt'oggi, senza mai perdere però quel pizzico di coraggio e determinazione che gli conferiscono un carattere da guerriero.

La razza

Lo Yorkshire Terrier è un cane dalle dimensioni molto contenute - lo standard prevede un peso massimo di 3,2 kg - compensate dalla lunghezza del pelo che cade dritto e uniforme sui due lati.

La taglia ridotta non ostacola il suo temperamento: è vivace, sveglio, intelligente, con un portamento dignitoso da lord inglese (non però di alto lignaggio, ma "fatto da sé", con quel suo abbaiare insistente).

In famiglia è decisamente una presenza importante e, se ben educato, sa ricoprire il suo ruolo regalando affetto e compagnia, ma anche proponendosi come ottimo amico di molte avventure all'aperto.



BAUSETTETE TOELETTATURA
cell. 392 5142388
bausettetelignano@gmail.com



La cura del manto

Il mantello non richiede cure eccessive, piuttosto molta costanza e una routine precisa di mantenimento.

In giovane età è buona abitudine lavare il cane più di frequente, anche due volte a settimana, con uno shampoo e un balsamo particolarmente idratanti - pur con il rischio di avere un effetto "unto" - in modo da evitare che il pelo si spezzi o si rovini sulle punte.

Durante l'asciugatura, rigorosamente con phon tiepido e spazzolando solo nella direzione di crescita con pin brush, è molto importante usare un condizionatore che crei un film protettivo, in modo da preservare il manto dall'azione meccanica di spazzola ed elastici. Questi ultimi andranno messi sul ciuffetto, sui baffi e barba e ai lati della coda.

Per quanto riguarda il soggetto adulto invece, sarà sufficiente un bagno a settimana seguendo le stesse indicazioni. Una volta asciutto, a partire dai nove mesi o dall'anno di età a seconda della tessitura del pelo, si adotteranno i cosiddetti pacchetti.

I pacchetti

Seguendo lo schema dell'immagine, procediamo ad impacchettare prima la testa per liberare occhi e bocca, poi entrambi i lati del corpo.

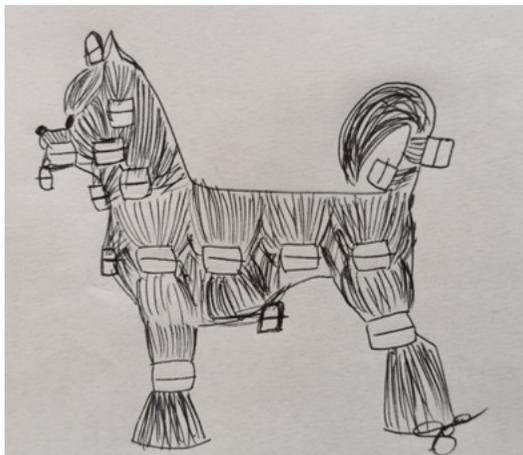
I passaggi fondamentali di questa operazione sono tre: righe pulite di divisione delle ciocche, tecnica di costruzione del pacchetto stesso e prodotto di mantenimento sulle punte.

La striscia di carta - della tipologia da pacchi oppure bifacciale, quindi assorbente da un lato e plastificata dall'altro - è grande cir-



ca 12x30 cm, ma può essere tagliata a piacere in base alle dimensioni del cane e alla lunghezza del pelo.

Nello schema si può osservare che viene divisa in tre parti sulla lunghezza e ripiegata orizzontalmente in alto un paio di volte, in modo da creare una base solida all'attaccatura della ciocca.



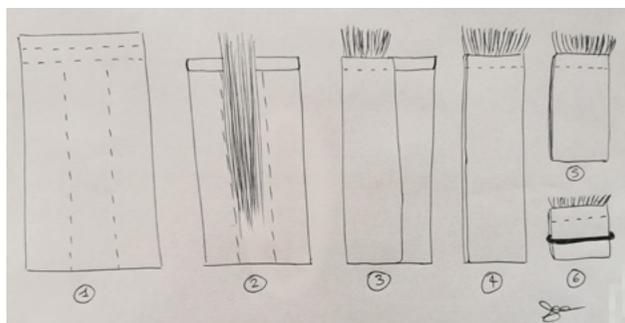
Terminata questa operazione è uso comune coprire il cane con un pigiama in lycra o seta per evitare che qualsiasi cosa, infilandosi nel pelo, lo danneggi; tutine di altro materiale sono fortemente sconsigliate, perché creano staticità che può spezzare il pelo. Buona norma è anche coprire i piedi con dei calzini creati con lo stesso tipo di stoffa, in modo che le unghie, qualora il cane si volesse grattare, non danneggino il manto.

Ogni quanto tempo vanno cambiati i pacchetti? La testa andrà spazzolata e sistemata tutti i giorni poiché è la parte che fa più fatica a crescere e la prima a sporcarsi, mentre per il corpo si può aspettare un paio di giorni, avendo sempre cura di trattare le punte con un prodotto idratante.

La toelettatura da esposizione

La prima operazione è il bagno con uno shampoo sgrassante per togliere l'effetto "unto" del mantenimento, poi si lava con un prodotto apposito per pelo liscio e si applica un balsamo che lo faccia risplendere.

Successivamente si taglia l'eccesso sotto le zampe, più o meno corto a seconda che il sog-



getto venga esposto sull'erba o su moquette. Si tagliano quindi dei cerchi perfetti attorno ai piedi e si passa alle rasature igieniche.

Per quanto riguarda la testa, si pulisce il terzo superiore delle orecchie e se ne evidenzia la punta, tagliando il contorno sempre e solo nella parte alta pulita in precedenza.

Una volta stirato il pelo con l'aiuto di una piastra lisciante e uno spray protettivo per il calore, si posiziona il cane a bordo tavolo e si taglia la lunghezza a filo dello stesso, in modo da non scoprire i piedi, ma agevolare il movimento del cane che deve sembrare fluttuare come una nuvola nel vuoto.

Il top knot

Terminato il corpo, ci si dedica al top knot, fondamentale per accentuare lo sguardo e la bellezza. Con l'aiuto di un pettine a coda si crea un triangolo prendendo come riferimento gli angoli esterni degli occhi e un punto circa ad un dito più sotto rispetto all'occipite. La ciocca ottenuta va divisa in tre parti da cotoneare una ad una per dare più stabilità; un paio di spruzzate di lacca e l'uso di una spazzolina a setole dure aiuteranno a tenere insieme il tutto prima che sia legato con un piccolo elastico. La coda del pettine serve poi a creare più o meno bombatura, a seconda dell'effetto che si vuole ottenere.

Il pelo restante del ciuffo deve essere ripiegato su sé stesso a formare una piccola "conchiglia". Sull'elastico si posiziona infine il caratteristico fiocco, decorato secondo le proprie preferenze. A questo punto si continua a dar volume alla testa per evidenziarla e darle importanza, cotonando le ciocche ai lati, in particolare le guance e i baffi.

Il termine di queste operazioni segna il momento di entrare nel ring per incantare giudice e spettatori, sperando che tra il pubblico ci sia qualche nuovo appassionato che in futuro porterà avanti la "magia" di questa razza.



SARA SIMONATO

Da sempre amante degli animali, si innamora dello Yorkshire Terrier e si specializza nella toelettatura espositiva intraprendendo la strada delle esposizioni cinofile e dell'allevamento, ottenendo più di trenta titoli di campionato in pochi anni, fra cui una classe in europea e un terzo posto in mondiale. Mamma di due bambini, decide di fare di questa passione un lavoro: frequenta la EG Grooming Academy di Elisabetta Grison, dove a fine 2018 tiene anche un corso specifico sulla razza e nello stesso anno apre la sua attività.

Per migliorare le proprie competenze si lancia nelle competizioni di toelettatura prima in classe debuttanti e in seguito in classe Fantasy e Asian Style arrivando a vincere il campionato italiano e internazionale al Mastershow 2019 e il Romeo Grooming online edition 2020.

Attualmente lavora nel suo salone Bausettete a San Vito al Tagliamento, continua a partecipare a gare di toelettatura e prepara soggetti di diverse razze poi presentati in ring dal suo compagno, il professional handler Giovanni Giolo.

NEGOZIO DEL MESE

FAI LA SPESA SFUSA

Un'idea che fa bene all'ambiente e alle persone: meno imballaggi, meno discariche, meno inquinamento, meno spreco e più risparmio

Una bottega, come quelle di una volta, a conduzione familiare. Con un nome che evoca quella mitica regione greca, favoleggiata dai poeti bucolici, che nell'immaginario collettivo ha sempre rappresentato una terra dove uomini e natura vivono in perfetta armonia. *Arkadia Pets* si trova a Trieste dal 2008, quando Pier Andrea Pecile decise di rilevare un negozio di animali aperto l'anno precedente in cui lavorava come dipendente. Tenacemente si propose di andare avanti, di dare un nuovo volto all'attività, di rendere più moderne e innovative le scelte commerciali e di marketing.



ARKADIA PETS
tel. 0402472646
www.arkadiapets.com
arkadiapets@gmail.com



Pier Andrea, il titolare, la moglie Francesca e la mamma Adriana hanno scelto per il nuovo negozio un mood pulito, fresco, con colori sui toni del bianco, tortora e verde salvia, scaffalature in legno (già si intravede la scelta green!) e due grandi tavoli centrali per l'oggettistica che rendono gli ambienti più ariosi.

Il pet shop è suddiviso in diverse zone: all'ingresso si trovano tutti gli snack per cani e gatti, troviamo poi un largo corridoio dedicato ai giochi e da qui si ha accesso a due grandi locali, uno dedicato all'alimentazione e agli accessori per gatti, l'altro ai cani. Sono presenti anche una zona dedicata a uccelli e roditori e una riservata a tutti gli alimenti curativi veterinari.



Bianco, tortora, verde salvia e scaffali in legno

Entrando da *Arkadia Pets* - che lo scorso anno ha cambiato sede per trasferirsi in Piazzale Gioberti, con un rinnovamento e ampliamento degli spazi fino ad arrivare agli attuali 100 metri quadri di superficie - si viene accolti da un'atmosfera piacevole e confortevole.



Il negozio dei croccantini sfusi

Fin dal primo anno di attività, nel 2008, *Arkadia Pets* ha subito deciso di seguire una filosofia diversa rispetto ai tradizionali negozi per animali scegliendo di specializzarsi in prodotti di alta qualità, monoproteici e ipoallergenici, diversificandosi dal resto dei pet shop in città.

Una strategia rivela vincente, vista la successiva rivoluzione del mercato del pet food.

Poi l'intuizione che negli ultimi tempi ha contribuito a fare la differenza: la vendita di croccantini sfusi delle migliori marche, a prezzi convenienti. Un trend, quello della vendita di prodotti sfusi, oggi molto diffuso in Italia, soprattutto tra i prodotti alimentari di nicchia.

Un'idea green o una comodità per il cliente? "La scelta dei croccantini sfusi è stata dettata da più fattori", spiega Pier Andrea Pecile. "Prima di tutto è in linea con la nostra filosofia green poiché permette al cliente di venire in negozio con un proprio contenitore da riempire, riducendo quindi a zero l'utilizzo dell'imballaggio in plastica o altro materiale. Un secondo fattore rilevante è dare al proprietario pet la possibilità di provare degli assaggi, per poi scegliere il prodotto più adatto al proprio cane o gatto. E in ultimo, con l'avvento delle catene multinazionali che in questi ultimi anni sono proliferate in città, rappresenta un modo per rimanere competitivi". Una strategia vincente? "La scelta dello sfuso non è semplice, perché dovendo offrire un prodotto sempre fresco è necessario fare sempre attente valutazioni. Al momento proponiamo circa una cinquantina di prodotti sfusi ma puntiamo ad aumentare l'offerta". Insomma, un'idea che fa bene all'ambiente e alle persone: meno imballaggi, meno discariche, meno inquinamento, meno spreco e più risparmio.

L'idea di bottega

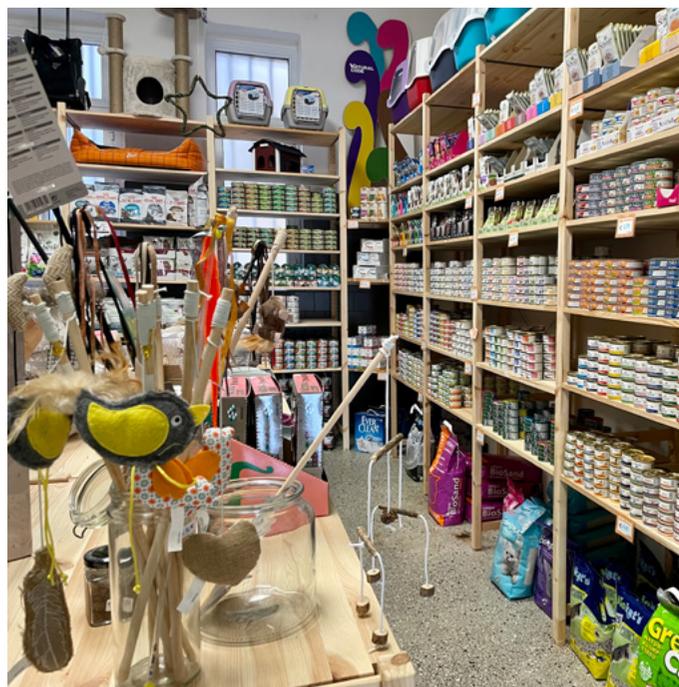
Non sono solo i croccantini sfusi a differenziare *Arkadia Pets* dal panorama circostante. A Trieste sono rimasti pochi i "piccoli" negozi per animali e quello di Pier Andrea si distingue dalle grandi catene per la cura riservata al cliente e per la preparazione, il costante aggiornamento, l'essere attenti a quello che chiede il mercato proponendo anche nell'accessoristica prodotti nuovi e alla moda ma pratici e funzionali.

L'attenzione dedicata al proprietario pet si traduce in tanti piccoli gesti: conoscerne i

nomi e la storia, valutarne le problematiche, con cura e passione dedicate ogni giorno al proprio lavoro, offrendo anche servizi come le consegne a domicilio (già da molti anni prima di pandemie e lockdown).

Sono state attivate anche collaborazioni con associazioni che si occupano di trovare case ad animali meno fortunati e talvolta vengono sponsorizzate manifestazioni canine o feline in città.

I social come Facebook e Instagram sono naturalmente i canali prediletti per la comunicazione, ma anche diverse campagne pubblicitarie. "Anche se in una realtà come Trieste il passaparola è l'unica vera pubblicità che funziona", dice Pier Andrea.

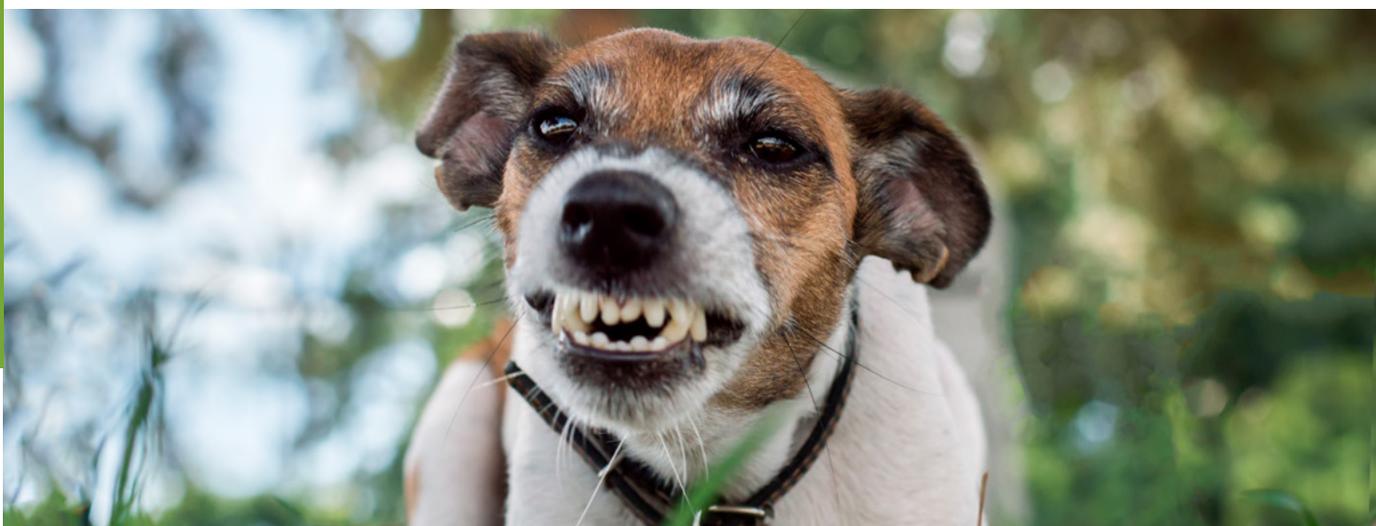


Elevata fidelizzazione

I clienti di questo pet shop sono quelli che prediligono un'alimentazione di qualità, che sono attenti alle esigenze dell'animale mettendo al primo posto la sua salute, che cercano prodotti di nicchia, oltre che consigli e competenza. La fidelizzazione è alta, il proprietario vede in *Arkadia Pets* un punto di riferimento con cui instaurare un rapporto duraturo. "Perché il loro cane sta meglio ed è in salute. E questo ci riempie d'orgoglio", conclude Pier Andrea.

Obiettivi e progetti futuri? Raddoppiare l'esperienza: aprire un nuovo punto vendita, sempre a Trieste e sempre con le stesse caratteristiche di bottega del pet.





AGGRESSIVITÀ, MORDACITÀ E MUSERUOLE

Cani che ringhiano, cani che mordono... si fa presto a definirli aggressivi. Ma perché lo fanno?

LORENA QUARTA

Le reazioni aggressive possono avere diverse motivazioni. Cerchiamo di capire quando e come mai si manifestano e perché, in determinate situazioni, la museruola è uno strumento quanto mai utile.

Di aggressività non ce n'è una sola

Anche senza essere un educatore cinofilo, in base al racconto del tuo cliente dovresti riuscire a identificare il tipo di aggressività del suo quattrozampe:

- da dominanza/gerarchica/sociale: si manifesta nei confronti dei proprietari o dei cani che vivono nella stessa casa; frequente in presenza di errori comportamentali e di errata gestione delle risorse (alimenti e spazi);
- competitiva: si evidenzia durante i giochi di competizione, come ad esempio il "tira e molla";
- possessiva: ha come scopo la difesa di oggetti specifici (ossa, giocattoli, ciotola, cuccia) e può essere rivolta a persone (anche i proprietari) o altri cani;
- territoriale: il cane minaccia l'intruso per difendere un territorio e, se questo non arretra, parte all'attacco;
- materna: da parte della mamma nel proteggere i propri cuccioli;
- protettiva: si manifesta per paura che i membri della famiglia siano minacciati dall'avvicinarsi di un estraneo;
- da irritazione o dolore: quando il cane viene toccato all'improvviso, magari mentre sta dormendo, oppure in una zona che provoca dolore;



- predatoria: indirizzata verso specie con cui il cane non è stato correttamente socializzato;
- da paura: si presenta quando il cane, impaurito, non ha possibilità di fuga;
- rediretta: si verifica quando un cane vorrebbe mordere un altro soggetto ma non potendo raggiungerlo finisce per mordere l'individuo a lui più vicino;
- idiopatica: è anormale e inspiegabile, con attacchi inaspettati e violenti.

Maschi uguali alle femmine?

L'aggressività gerarchica nei confronti dei proprietari è più frequente nei maschi non castrati, tra cani che abitano nella stessa casa i conflitti più gravi si manifestano tra femmine.

Nei casi di aggressività fra soggetti che non vivono insieme, le liti fra maschi interi sono più numerose. La castrazione può rivelarsi molto utile per evitare l'insorgere di questo problema.

È questione di razza?

Esistono razze più reattive o più abituate ad andare d'accordo con i propri simili perché selezionate per lavori "di gruppo", ma non razze aggressive.

L'ambiente in cui è cresciuto e vive il cane, le sue esperienze e l'apprendimento sono fattori determinanti in molte forme di aggressività, molto più della razza.



Come puoi consigliare il tuo cliente?

Ricordagli che quando l'aggressività è un modo per difendersi o un sintomo di qualcosa che non va, sgridare un cane, o peggio punirlo, può solo peggiorare la situazione. Un soggetto che ha paura pensa che ringhiare per tenere lontano ciò che lo "preoccupa" sia sufficiente: se viene punito per il ringhio, passerà direttamente a mordere.

Per ottenere rispetto e collaborazione dal proprio cane occorre comportarsi da leader, non comandare e pretendere che ci obbedisca né tantomeno imporsi con l'uso della forza.

Cani pericolosi: addio black list!

Se un cliente ti chiede se esiste ancora una lista delle razze considerate pericolose, tranquillizzalo: dal 2009, giustamente, la black list è scomparsa, la pericolosità di un cane è infatti indipendente dalla razza cui appartiene.

Esiste però un registro dei cani morsicatori, gestito dai servizi veterinari. I proprietari di questi soggetti devono stipulare una polizza assicurativa di responsabilità civile per danni contro terzi causati dal proprio quattro-

zampe, ottenere un patentino e utilizzare la museruola quando il cane si trova in aree urbane e luoghi aperti al pubblico.

L'ambiente in cui è cresciuto e vive il cane, le sue esperienze e l'apprendimento sono fattori determinanti in molte forme di aggressività, molto più della razza



Museruola sì, museruola no

Anche se la museruola non è obbligatoria per tutti i cani, in realtà in Italia dal 7 settembre 2013 è previsto che i proprietari debbano *“portare con sé una museruola, rigida o morbida, da applicare al cane in caso di rischio per l'incolumità di persone o animali o su richiesta delle autorità competenti”*.

Non si rischia quindi una multa se il cane è sprovvisto di museruola, ma solo se il padrone si rifiuta di applicarla nonostante il richiamo delle autorità competenti.

Quando l'aggressività è un modo per difendersi o un sintomo di qualcosa che non va, sgridare il cane, o peggio punirlo, può solo peggiorare la situazione

Quale suggerire al cliente?

L'argomento può rappresentare un'ottima occasione per suggerire l'acquisto di una museruola in tessuto o nylon, leggera e pieghevole, pratica da mettere in tasca o in borsa. Questo tipo di museruola non consente di ansimare, bere, mangiare o abbaiare, quindi va considerata solo in caso di emergenza o in particolari circostanze.

Nel caso di cane mordace sono consigliabili altri tipi di museruole. Ottime quelle a cestello realizzate in vari materiali: in cuoio, che però possono creare problemi con il caldo;



in metallo, materiale che però può diventare molto caldo o molto freddo a seconda della temperatura; in plastica, molto leggera. Sono da preferire le museruole che consentono un buon ricambio d'aria e permettono di bere e di assumere cibo. È importante che la museruola venga scelta delle dimensioni giuste in base alla lunghezza e alla circonferenza del muso, esistono prodotti apposti per cani con muso corto come il rottweiler e per soggetti con muso lungo e stretto come il malinois.

La museruola può rivelarsi efficace anche nel caso di quattrozampe con il vizio di mettere in bocca tutto quello che trovano per terra.

Raccomanda al tuo cliente di far abituare gradualmente il proprio cane. Il proprietario può appoggiare a terra o sulla sua mano la museruola e riempirla di crocchette o altri pezzetti di snack (che puoi consigliare tu) in modo che il cane la percepisca come contenitore di qualcosa di buono e successivamente può cominciare a metterla sul muso senza legarla.

Se ben abituato, il cane non considererà la museruola come uno strumento di coercizione e se la farà mettere di buon grado prima della passeggiata.





IL GATTO E LE SUE UNGHIE

Si tratta di un binomio inscindibile. Ma come funzionano? E a cosa servono? In realtà, c'è molto più di quello che appare. Scopriamolo insieme

LINDA SARTINI

Chiunque ospiti in casa un gatto lo sa bene: ha le unghie... e le usa! Rappresentano infatti uno strumento indispensabile per il suo equilibrio psicofisico e per la vita di tutti i giorni e meritano dunque un approfondimento a parte. Le unghie sono uno strumento di difesa, di gioco, di comunicazione e interazione sociale. Insomma, nessun gatto può davvero farne a meno!

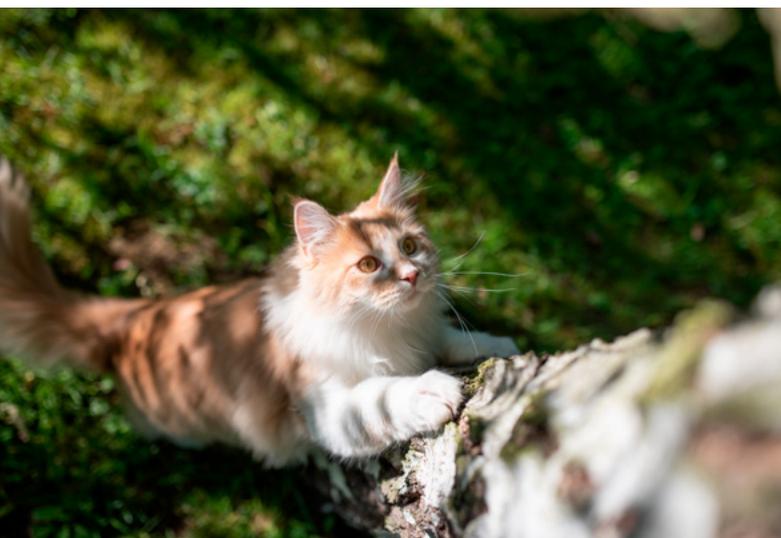
Nonostante ciò, in molti casi i proprietari considerano le unghie solo un qualcosa di fastidioso o dannoso e pongono al veterinario la faticosa domanda: “non si potrebbero tagliare o addirittura togliere?”.

Vediamo insieme come funzionano, a cosa servono, perché il gatto non può farne a meno e quali suggerimenti fornire al cliente - soprattutto se neoproprietario “disperato” - su come gestirle e prevenire problemi.

A cosa servono le unghie?

La risposta più semplice e scontata alla domanda è sicuramente “a cacciare e difendersi”. Indubbiamente questo utilizzo è fondamentale in quanto in natura il gatto utilizza le unghie per afferrare la preda e, insieme agli acuminati denti, ucciderla e dilaniarla al fine di nutrirsi. Può sembrare crudele ma la natura, al contrario, è un insieme di meccanismi estremamente equilibrati e sia prede che predatori trovano il “perché” in questo complesso mosaico.

Inoltre le unghie sono una micidiale arma di attacco o difesa durante le lotte per il territorio o l'accoppiamento. Avete mai osservato un micio all'aperto? Lo avete mai visto arrampicarsi sugli alberi? Ebbene, le unghie servono anche a questo poiché consentono



all'animale di aggrapparsi saldamente alle superfici verticali per raggiungere la posizione sopraelevata che gli permette di tenere sotto controllo le aree circostanti, individuare eventuali prede, intrusi o pericoli e infine trovare un luogo sicuro dove riposare senza essere disturbato o minacciato.

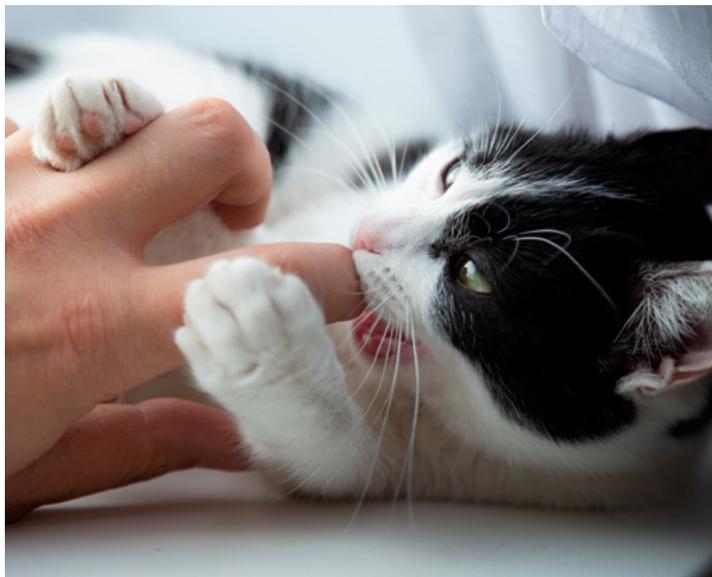
Un altro importantissimo utilizzo che viene fatto delle unghie è la “marcatura”, un comportamento più che naturale: il gatto graffia le superfici per delimitare il suo territorio e indicare agli altri felini la propria presenza.

Le unghie... che seccatura

Spesso il proprietario cade in preda alla disperazione per alcuni “effetti collaterali” indesiderati. Per il felino di casa la caccia, la lotta e il gioco rappresentano molto spesso la stessa cosa, pertanto non è raro che anche durante le interazioni un po' più movimentate con il proprietario utilizzi le unghie senza rendersi conto del sottile confine tra divertirsi e ferire.

È importante che l'umano non abitui il gatto a giocare

con le unghie e che non stimoli il suo istinto predatorio durante le interazioni fisiche: non comprendendo la differenza, Micio potrebbe usare unghie e denti sulle mani, sui polsi e sui piedi del proprio coinquilino a due zampe che potrebbe uscirne sconfitto, lacerato (fortunatamente in maniera non letale), sanguinante e arrabbiato. Meglio interrompere la sequenza prima che venga sferrato l'attacco e riportare l'attenzione del gatto su altri giochi, per i quali il negoziante specializzato potrà suggerire molte soluzioni più adatte e indolori.



È importante che il proprietario non abitui il gatto a giocare con le unghie e che non stimoli il suo istinto predatorio durante le interazioni fisiche

Quante volte i gattini di recente adozione tentano di arrampicarsi sulle gambe dei proprietari lasciando graffi più o meno profondi, passaggio pressoché obbligato per chi decide di accogliere in casa un giovane soggetto? Anche questo è un comportamento

naturale che non deve essere contrastato con urla o punizioni, anzi, il gattino va distratto lasciando a sua disposizione oggetti sui quali può arrampicarsi facilmente e raggiungere il proprio obiettivo. Se lasciato fare, questo comportamento potrebbe essere conservato anche da adulto con notevoli controindicazioni per l'incolumità del proprietario.

E se il gatto si fa le unghie sui mobili? Ancora una volta si tratta di un comportamento innato che, come abbiamo già detto, è necessario



La guaina ungueale





per marcare il territorio ma anche per mantenere le unghie sempre affilate e della lunghezza giusta (e quando arriva il momento l'unghia può "sguainarsi" completamente lasciando in giro l'involucro di quella vecchia sostituita da quella nuova).

Tagliare o togliere le unghie?

Estirpare le unghie? Non se ne parla proprio, perché costituisce una sorta di tortura e va contro il benessere dell'animale: solo motivate ragioni mediche (e sono veramente poche) possono giustificare questo tipo di intervento! Per quel che riguarda il taglio, invece, se ne può discutere...

Le unghie del gatto sono uno strumento di difesa, di gioco, di comunicazione e interazione sociale

Se per qualche motivo il gatto non riesce ad avere cura delle proprie unghie e a mantenerle della lunghezza giusta potrebbero nascere diverse problematiche come ad esempio difficoltà a camminare, infezioni del letto ungueale o ancora la perforazione del polpastrello causato dalla punta dell'artiglio che tende a girarsi su sé stesso. In quel caso una spuntatina è lecita, anche di frequente, ma è importante farsi insegnare in modo corretto dal veterinario o dal toelettatore come tagliare, onde evitare un taglio eccessivo che possa arrivare a recidere la porzione vascolarizzata (quella rosa che si vede in trasparenza) con conseguente dolore e sanguinamento. Fondamentale, oltre all'esperienza - questo dobbiamo ricordarlo - è dotarsi di un tagliaunghie adeguato che il negoziante avrà cura di consigliare al cliente del pet shop.

Le soluzioni

Veniamo al dunque: usare le unghie rappresenta per il gatto un comportamento naturale e indispensabile, senza il quale viene messa a rischio la sua salute sia mentale che fisica. Dunque in casa di un proprietario attento alle esigenze del proprio gatto non devono mai mancare un tagliaunghie adeguato, giochi in grado di stimolare l'istinto predatorio e uno o più tiragraffi, sia verticali che orizzontali. Se poi ci fosse anche la possibilità di permettere al gatto di uscire all'aperto in sicurezza sarebbe davvero un'ottima cosa.





10 COSE (CHE NON SAI) SUL CINCILLÀ

Molto apprezzato dai clienti e presente in molti pet shop, forse anche nel tuo: ma sai proprio tutto per consigliarli al meglio?

LINDA SARTINI

I roditori vengono scelti molto spesso per la loro simpatia, altre volte per la relativa semplicità di gestione e in certi casi per incoscienza. I neoproprietari meno accorti si lasciano andare al desiderio di un animaletto “puccioso” pensando che basterà una gabbia e un po’ di mangime per soddisfare tutte le loro esigenze. Cerchiamo di conoscere meglio il cincillà (*Chinchilla lanigera*), uno dei piccoli mammiferi più apprezzati, per poter dare le prime indicazioni corrette per la gestione in attesa (speriamo breve) che il cliente si rivolga al più presto a un veterinario e acquisisca l’esperienza sufficiente.

Da dove proviene?

Il cincillà è un animale esotico anche dal punto di vista geografico in quanto proviene dalla regione delle Ande (America meridionale) dove vive ad altitudini uguali o superiori ai 3.000 m. Di conseguenza è una specie ben attrezzata per i climi rigidi, lo dimostra anche la sua pelliccia e non si adatta bene alle temperature più elevate.

Quanto può vivere?

I roditori in generale non vivono molto a lungo ma il cincillà, in questo, fa eccezione: se ben tenuto, la sua aspettativa di vita può superare facilmente i 10 anni, fino anche a 15 o più.

Cosa c’è da sapere sui suoi denti?

I denti del cincillà crescono per tutta la vita, un po’ come avviene per le nostre unghie o per i capelli. La crescita continua dei



denti è indispensabile per far fronte al consumo causato dal tipo di alimentazione propria di questa specie che è molto abrasiva e che, di conseguenza, ne argina a sua volta l'allungamento eccessivo. I denti devono essere controllati almeno settimanalmente in modo da rendersi conto se qualcosa non va.

Può vivere da solo o è un animale sociale?

È un animale sociale e quindi dovrebbe poter beneficiare della compagnia di un suo simile. Soggetti dello stesso sesso possono convivere ma nel caso dei maschi sarebbe meglio sterilizzarli per evitare dispute. La coppia maschio/femmina oppure un maschio con più femmine è una soluzione che funziona molto bene ma se non si desiderano numerose cucciolate, meglio far castrare il maschio. In presenza di femmine, i maschi interi lotterebbero di continuo... meglio evitare! Se il consiglio di acquistare più di un soggetto non venisse accolto per vari motivi, ricordiamo che il cincillà che vive da solo ha bisogno di molta più interazione con il proprietario.



Qual è la gabbia ideale?

Da animale vivace che ama saltare da una parte all'altra, necessita di una gabbia grande, sviluppata prevalentemente in altezza (almeno 1,5 metri, meglio di più), dotata di ripiani accessibili attraverso scalette. Si preferiscono quelle con pareti in grigliato metallico e fondo pieno in plastica. Per quanto la gabbia sia ampia e confortevole, consigliamo sempre il neoproprietario di lasciar sciorrazzare quotidianamente l'animale in una stanza priva di nascondigli o pericoli... l'esercizio fisico è fondamentale.

Quale arredamento per la gabbia?

Mangiatoia e beverino devono essere sempre presenti. La mangiatoia andrebbe posizionata in alto per evitare che il cincillà vi defechi o urini dentro poiché difficilmente si abitua alla cassetta igienica. Una ruota (con raggi pieni per evitare lesioni alle zampe o alla coda) di misura adeguata alle dimensioni dell'animale è utile per fare esercizio fisico e passare il tempo. Giochi in legno o cartone rosicchiabili e atossici sono sempre graditi. All'interno della gabbia deve essere presente almeno una tana per nascondersi e isolarsi quando necessario. Come materiale di fondo si può usare carta di giornale o in pellet, pellet di legno (attenzione ai legni tossici) o fibra di cocco. Una grande ciotola con della sabbietta (non quella per gatti, ma quelle apposite per cincillà) deve essere messa a disposizione dell'animale una volta al giorno per 20-30 minuti in modo che il roditore possa rotolarsi al suo interno: è un importante arricchimento ambientale e utile anche per la salute e l'igiene della pelliccia e della pelle.



Cosa mangia?

Il cincillà è erbivoro e tutta la sua alimentazione si può ridurre a due soli elementi: buon fieno e mangime pellettato specifico per questa specie (ad elevato contenuto in fibra... in alternativa vanno bene anche i prodotti per cavie e conigli ma non quelli per gli altri roditori). Della frutta e della verdura se ne può fare a meno oppure proporre in piccolissime quantità. Qualunque cambio di alimentazione deve essere eseguito molto gradualmente. Evitare mangimi con semi, carboidrati e dolci, frutta secca, snack per roditori, latticini e proteine di origine animale.

La pelliccia ha bisogno di manutenzione?

Di solito no. Provvede autonomamente alla cura della sua pelliccia e quando questa risulta opaca, brutta e se il pelo viene perso lasciando delle chiazze di pelle nuda, bisogna consultare immediatamente il veterinario. Qualche delicata spazzolata si può dare nel periodo della muta. Molta attenzione, nei maschi, all'anello di pelo che si può formare intorno al pene: i genitali vanno controllati spesso poiché l'anello di pelo causa "strozzamento" e necrosi dell'organo.

Come si maneggia?

Con delicatezza! Il cincillà deve essere abituato fin da piccolo alle manipolazioni poiché è un animale timido che si spaventa facilmente e deve imparare a fidarsi dell'essere

umano, un esercizio che inizia quando è ancora con la mamma e che da negoziante devi continuare a mantenere anche durante la presenza dell'animale nel tuo punto vendita, anche solo in concomitanza delle operazioni di pulizia. Prenderlo in braccio e accarezzarlo spesso è un ottimo allenamento. Non deve essere afferrato per il pelo poiché questo si stacca con facilità (è una strategia di difesa) lasciando la cute esposta.

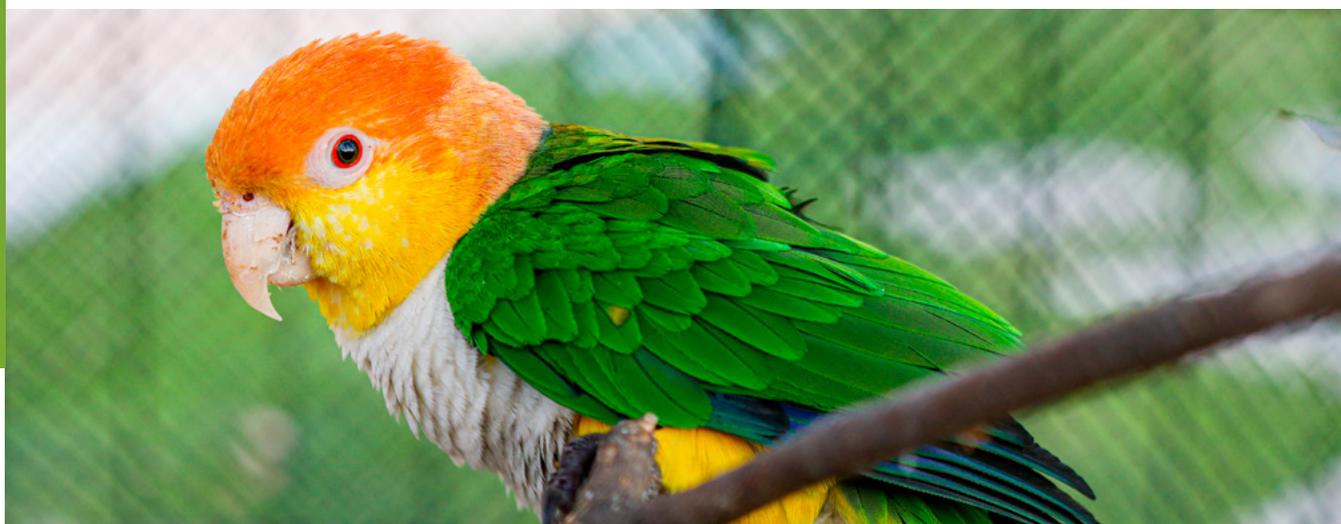


Quali sono le patologie più frequenti?

Tra le patologie più frequenti ricordiamo la ma-

locclusione dentale, la pododermatite, il colpo di calore (soprattutto in estate. I cincillà dovrebbero essere mantenuti a temperatura non superiore ai 25 °C, ma non sempre è possibile), le patologie respiratorie e oculari e infine i problemi dell'apparato gastro enterico (ad es. costipazione, blocco intestinale e diarrea). Trattandosi di un animale preda, il cincillà tende a nascondere i sintomi di malattia e lo stato di sofferenza, pertanto nel caso si osservi qualunque alterazione fisica o comportamentale è fondamentale rivolgersi immediatamente al Medico Veterinario.





UN SIMPATICO CASINARO

Il caicco testa gialla è un eccellente animale da compagnia, vivace, allegro e di facile allevamento

GIANNI RAVAZZI

Il caicco testa gialla (*Pionites leucogaster*) e il caicco testa nera (*Pionites melanocephala*) sono gli unici 2 rappresentanti del Genus *Pionites*, Heine. Si tratta di due specie di pappagalli compatti e forti, di taglia medio-piccola, molto belli, colorati, privi di dimorfismo sessuale, simpatici e ben adattati alla vita con l'uomo.

Morfologicamente sono sostanzialmente identici e hanno entrambi colorazione base con ali e dorso di un bel verde brillante e petto e ventre bianchi. Variano invece per la colorazione del cappuccio, come evidenziato dai nomi comuni, testa gialla e testa nera. Entrambe le specie presentano sottospecie ben identificabili rispetto alla specie di riferimento.

Allevati artificialmente sono eccellenti animali da compagnia, socievolissimi, estremamente vivaci e allegri, piuttosto chiacchieroni e iperattivi (sottolineano ogni loro movimento con gridolini e fischi!).



Una coppia di caicchi testa gialla, *P.I. xanthomeria*, caratterizzata dall'arancio vivo sul capo e dai calzoncini gialli (foto Allevamento Luisa)

Descrizione della sottospecie di riferimento

La taglia - attorno ai 23 cm - ci fa pensare a un pappagallo di taglia piccola, ma la conformazione con la testa grande e il becco forte ci indirizza verso l'inserimento di questa specie nella categoria superiore. Leggermente più slanciato della specie a testa nera, il caicco testa gialla ha un cappuccio giallo-arancio che copre la testa e il collo, dove sommità del capo e nuca sono arancio intenso mentre guance e collo sono gialli come il sottocoda. Il petto e il ventre sono bianchi, mentre calzoncini, ali e dorso sono



verdi. Ha anello perioftalmico rosato, iride arancio, becco rosato e zampe grigie. I soggetti immaturi hanno becco grigio, segni brunastri sul capo e in generale colori più pallidi.

Sottospecie riconosciute

È classificato in 3 sottospecie ben distinguibili:

- *P.l. leucogaster*, specie di riferimento descritta;
- *P.l. xanthurus*, identificabile per la coda e i calzoni gialli e la colorazione più pallida di tutto il piumaggio;
- *P.l. xanthomeria*, simile alla specie di riferimento ma con i calzoni gialli e l'arancio del capo più scuro.

In natura

Il suo habitat ideale è rappresentato dalle foreste a galleria lungo i corsi d'acqua, ma si adatta anche alle foreste secondarie decidue. Si muove in coppia, piccoli gruppi familiari o piccoli stormi che preferiscono stazionare sulle cime degli alberi più alti. Nidifica negli alberi cavi, molto in alto, fino a 30 metri di altezza. La femmina depone normalmente due uova, massimo tre, che vengono incubate per 23 giorni. I piccoli s'involano attorno all'ottava settimana di vita.

Abita la parte meridionale del Bacino del Rio delle Amazzoni in Brasile (tra il Rio delle Amazzoni e il Mato Grosso), la Bolivia nord-occidentale, il Perù orientale e l'est Ecuador.

In ambiente controllato

È importante che il negoziante consigli adeguatamente il cliente sulle giuste dimensioni della gabbia e i relativi accessori necessari. Una coppia di questa specie necessita di una voliera con dimensioni minime di cm 150x80x100h, dotata di ciotole inox o materiali plastici per pappagalli (per pulire più facilmente e per evitare il loro becco... distruttivo!). I posatoi, dimensionati per favorire una facile presa delle dita, devono essere distanziati in modo da stimolare il volo da uno all'altro e non un semplice salto. Due posatoi sono sufficienti, se si mettono a disposizione anche arricchimenti come giochini o corde di iuta (non di nylon, che sfibrandosi possono avvolgersi attorno alle dita e provocare danni anche gravi) lungo le quali i nostri amici possono arrampicarsi.

Personalmente sono contrario a tenere gli animali da soli, perché quando il proprietario è assente non hanno con chi distrarsi, ma un soggetto allevato artificialmente e quindi molto ben socializzato potrà essere alloggiato anche singolarmente in una gabbia di dimensioni più ridotte, di quelle con il tetto apribile trasformabile in trespolo (disponibile in ogni pet shop ben rifornito) e, in presenza del proprietario, potrà essere lasciato libero di muoversi per la stanza. Attenzione sempre alla distruttività del suo becco: rosicchiare è un hobby di tutti i pappagalli...

L'alimentazione

La dieta di questa specie è molto semplice: il negoziante può suggerire al proprietario di un caicco testa gialla un miscuglio di sementi secche per amazzoni, diluito magari con il 20% di scagliola (facile da trovare in negozio) e un prodotto estruso o pellettato



Due pulli di caicco testa gialla di circa 4 settimane (foto Allevamento Luisa)



per amazzoni o cacatua (in assenza di un prodotto specifico, estremamente raro da reperire sul mercato) come dieta base.

Fondamentale poi - come per tutti i pappagalli - una razione quotidiana di frutta e verdura: mela a fettine o a pezzetti, carota a dadini, finocchio a foglie o spicchi, insalate verdi dure come cicoria spadona e catalogna (a foglie intere), tarassaco (a mazzetti), sono sempre gradite ma anche uva (qualche acino), mandarino (tagliato a metà), banana (sbucciata e a fettine), ananas (qualche cubetto) e frutti rossi (interi) vanno benissimo. Meglio evitare le insalate troppo acquose come le lattughe, che possono provocare feci molli e non esagerare con cavolo e spinaci, per il loro apporto di ferro.

Occasionalmente, come premio, il negoziante può suggerire al cliente di offrire all'amico pennuto una noce, qualche arachide (ovviamente non quelle salate da aperitivo), uvetta sultanina, dattero e fico secco, che sono eccellenti integratori della dieta.



La dieta di questa specie è molto semplice

Nella fase riproduttiva o nelle stagioni fredde, se i soggetti sono alloggiati all'esterno, anche qualche biscotto per uccelli tipo savoiaro può apportare un aumento proteico e calorico utile.

Insegnare al pappagallo fin da subito a bere acqua addizionata con integratori è un piccolo "trucco" per far loro assumere medicinali quando necessario. Quindi il negoziante può consigliare al proprietario di cambiare l'acqua quotidianamente aggiungendovi, alternandoli, sia complessi vitaminici per pappagalli, sia una volta o due alla settimana qualche goccia di limone oppure di aceto di mele (ottimi anche se non è possibile sostituire l'acqua per più di 36 ore, perché ne ritardano la fermentazione), sia una volta o due alla settimana un cucchiaino di miele (con il miele e i complessi vitaminici è tassativo il ricambio quotidiano).

È IMPORTANTE SAPERE CHE...

Il caicco testa gialla è inserito in Allegato II CITES e può quindi essere commercializzato liberamente. Ma attenzione che il soggetto sia comunque anellato con anello inamovibile o microchip riconducibili al documento CITES cartaceo che deve accompagnare l'animale. Il documento deve specificare i dati dell'allevatore e del venditore (se non sono la stessa persona), il protocollo di denuncia al Corpo dei Carabinieri Forestali competente per territorio e riportare il corrispondente numero di anello inamovibile o di microchip.





I CONGELATI SENZ'ACQUA

Cibi liofilizzati e surgelati hanno ormai reso quasi superfluo il ricorso al "vivo": come sono i prodotti e come usarli al meglio

ALESSANDRO MANCINI

Ingannano anche i più esigenti

Approssimativamente possiamo affermare che i mangimi secchi costituiscono ormai la quasi esclusiva, se non l'unica, fonte di alimentazione di almeno il 30-40% dei pesci marini e dell'80% di quelli d'acqua dolce. Una parte ancora preponderante di pesci marini (purtroppo quasi coincidente con quelli di cattura, rispetto alla quota ancora minoritaria di *captive breed*), insieme a una non trascurabile percentuale di pesci d'acqua dolce, devono quindi ancora essere nutriti, in prevalenza o in esclusiva, con cibi alternativi al secco. Si tratta perlopiù di predatori specializzati, cacciatori "a vista" che non riconoscono come commestibile una scaglia o un granulo di anonimo (ancorché appetitoso) mangime essiccato, sia pur derivato da materie prime simili alle loro prede naturali. A metà strada tra i mangimi secchi e il cibo vivo, troviamo gli alimenti liofilizzati. Vengono prodotti con un procedimento (più costoso di quello utilizzato per il secco) durante il quale l'acqua è fatta sublimare dal cibo congelato, che in questo modo risulta totalmente

disidratato. Poiché la sublimazione dell'acqua a bassa temperatura non modifica in alcun modo (almeno in teoria) le caratteristiche alimentari e organolettiche, i liofilizzati, una volta reidratati in acqua, ridiventano estremamente simili a com'erano da freschi prima della lavorazione, conservando potere nutritivo e sapore originali. Questo significa che se gli alimenti di base erano ricchi di vitamine, acidi grassi e proteine, questi saranno mantenuti nel liofilizzato. A voler essere pignoli, tuttavia, la liofilizzazione comporta una sia pur minima perdita di vitamine



Gammaridi raccolti prima della liofilizzazione



e acidi grassi polinsaturi (facilmente reintegrabili, all'occorrenza, con un complesso polivitaminico in gocce per uso acquariofilo), ma soprattutto un'alterazione più o meno marcata della colorazione (denaturazione dei pigmenti), poiché questi mangimi appaiono di colore neutro, variabile dal bianco-crema al grigio: ciò può inizialmente disorientare i pesci più specializzati nella "caccia a vista", per i quali anche il colore gioca un ruolo fondamentale nel riconoscimento della preda, ma quasi sempre la fame... ha la meglio.

Precauzioni da osservare

Se la sua forte igroscopia da un lato è vantaggiosa perché permette al liofilizzato di riprendere velocemente forma e dimensioni originali appena messo in acqua, dall'altro risulta penalizzante perché questo tipo di mangime si comporta come una sorta di "spugna" nei confronti dell'umidità ambientale, col risultato di deteriorarsi facilmente se non conservato e manipolato perfettamente all'asciutto. È dunque indispensabile richiudere immediatamente il contenitore (che dovrà essere sempre stagno) dopo ogni somministrazione,

da effettuare con mani o pinzette rigorosamente asciutte (raccomandazione tutt'altro che scontata quando si "traffica" nell'acquario!); se si dovesse notare che il cibo ha cambiato odore o il suo colore è divenuto più scuro, meglio gettarlo via. Da preferire al riguardo i formati compresi tra 130 e 330 ml, lasciando i più grandi e economici (fino a un litro e oltre) agli allevatori e più in genere a chi



Le artemie adulte sono uno dei mangimi liofilizzati preferiti dai pesci sia marini che d'acqua dolce

disponga di molte vasche e abbia quindi la possibilità di consumarli in tempi non eccessivamente lunghi. La maggior parte dei mangimi liofilizzati è monospecifica, cioè costituita da singoli organismi (chironomi, larve di zanzara, artemia, tubifex, mysis e gamberetti kril sono i più diffusi e apprezzati sul mercato), non mancano però le miscele ("menu") a base di due o più liofilizzati diversi. Spesso le confezioni di liofilizzati riportano la sigla FD, acronimo di *freeze dried* (congelato essiccato).

CONSIGLI IN PILLOLE

I mangimi liofilizzati galleggiano a lungo in superficie, prima di affondare lentamente man mano che si impregnano d'acqua; se si vuole accelerarne l'affondamento, li si può "spremere" più volte tra le dita in acqua, facilitandone l'idratazione ma purtroppo anche la dispersione di eventuali vitamine e acidi grassi aggiunti.





QUANDO L'ACQUA... BOLLE

Il fenomeno del global warming sta producendo enormi danni ambientali e i nostri acquari non ne sono immuni: estati torride fanno nascere timori e dubbi negli hobbisti. Cosa conviene consigliare al cliente?

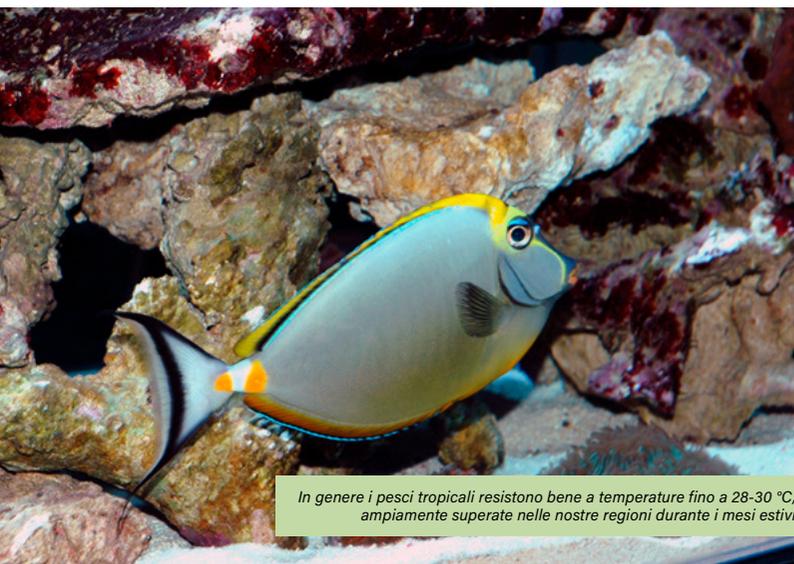
VALERIO ZUPO

Non ci sono più le mezze stagioni

La quantità di anidride carbonica e le concentrazioni atmosferiche di altri gas serra aumentano costantemente da circa cento anni, ovvero da quando è iniziata l'era industriale. Gli scienziati lo avevano previsto, ci hanno allarmato, ma non sono state adottate misure appropriate. Oggi i ghiacciai continuano a sciogliersi e l'aumento di temperatura in ogni parte del mondo è quotidiana esperienza per tutti. Sino a una ventina d'anni fa, peraltro, l'estate era una stagione eccellente per gli appassionati di acquari tropicali, perché si poteva fare a meno dei termoriscaldatori e contare su temperature stabili e adeguate. Persino i cambi d'acqua erano facilitati.

Oggi si notano vari segni di sofferenza sia negli acquari marini tropicali sia in quelli d'acqua dolce; per quanto riguarda quelli temperati e mediterranei, ovviamente, il problema non si pone, perché il refrigeratore è d'obbligo in tutte le stagioni. Naturalmente

le difficoltà sono maggiori in quegli acquari che contengono specie sensibili, non adeguate alla vita a temperature elevate (organismi originari dei territori amazzonici, adattati a temperature di 28-30 °C, soffrono meno). Un discus può essere generalmente allevato anche a temperature pari o superiori a 30 °C (secondo la varietà e le condizioni di allevamento, naturalmente) mentre vari Characidi e Poecilidi soffrono già a temperature superiori ai 26 °C, divenendo soggetti a malattie batteriche e potendo manifestare disfunzioni



In genere i pesci tropicali resistono bene a temperature fino a 28-30 °C, ampiamente superate nelle nostre regioni durante i mesi estivi



varie. Nel caso del marino tropicale, vari invertebrati molli riescono a superare bene le temperature elevate e certamente molti coralli possono vivere a temperature superiori a 28 °C, mostrando peraltro una crescita accelerata. Tuttavia l'acquario tropicale può subire una serie di modificazioni negative che conducono a malfunzionamenti generali, a causa degli effetti indiretti della temperatura. Ci si può chiedere come mai la temperatura elevata produca effetti così marcati anche negli animali tropicali.

Effetti diretti e indiretti della temperatura elevata

La temperatura, come altri agenti stressanti, produce una serie di effetti ambientali. Alcuni sono "diretti", ovvero coinvolgono direttamente la fisiologia degli organismi e la fisica dei gas. Altri sono "indiretti", perché influenzano porzioni meno appariscenti dell'ecosistema, ma si rivelano a cascata nella sopravvivenza di animali e vegetali.

Un effetto fisico diretto della temperatura è rappresentato dalla riduzione della solubilità dei gas disciolti. In particolare, all'aumentare della temperatura si riducono le concentrazioni di saturazione

di ossigeno, che sono peraltro inversamente proporzionali alla salinità. Ne deriva che, soprattutto negli acquari marini, una temperatura molto elevata può indurre anossia, evidenziata da pesci che tendono a spostarsi in superficie. Gli invertebrati sessili non possono farlo per cui, in mancanza di ossigeno, si chiudono, soffrono, infine muoiono. La tabella 1 pubblicata contiene i valori di saturazione dell'ossigeno in ppm a varie temperature e salinità e potrà servire da riferimento anche per comprendere le reazioni degli organismi acquatici.

D'altra parte... quello che non uccide, rinforza! Pertanto gli organismi euritermi (in grado di vivere in ampi intervalli di temperatura) sopportano bene le temperature elevate

Tabella 1. Relazioni tra salinità e concentrazioni a saturazione dell'ossigeno. Nella prima colonna sono riportate le temperature in °C (solo fino a 30°!). Nella prima riga in neretto sono riportate le salinità da 0 (acqua dolce, indicata in verde) a 34 PSU (34 per mille, salinità del marino tropicale). Incrociando temperatura e salinità del vostro acquario potrete rivelare il contenuto di ossigeno (ppm) a saturazione (ovvero quello massimo possibile con aerazione corretta e pompe)

Temperatura	Salinità																	
	0	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34
0	14.6	14.4	14.2	14.0	13.8	13.6	13.4	13.3	13.1	12.9	12.7	12.6	12.4	12.2	12.0	11.9	11.7	11.6
1	14.2	14.0	13.8	13.6	13.4	13.3	13.1	12.9	12.7	12.6	12.4	12.2	12.1	11.9	11.7	11.6	11.4	11.3
2	13.8	13.6	13.4	13.3	13.1	12.9	12.7	12.6	12.4	12.2	12.1	11.9	11.7	11.6	11.4	11.3	11.1	11.0
3	13.4	13.3	13.1	12.9	12.7	12.6	12.4	12.2	12.1	11.9	11.8	11.6	11.4	11.3	11.1	11.0	10.8	10.7
4	13.1	12.9	12.7	12.6	12.4	12.2	12.1	11.9	11.8	11.6	11.5	11.3	11.2	11.0	10.9	10.7	10.6	10.4
5	12.7	12.6	12.4	12.3	12.1	11.9	11.8	11.6	11.5	11.3	11.2	11.0	10.9	10.7	10.6	10.5	10.3	10.2
6	12.4	12.3	12.1	11.9	11.8	11.6	11.5	11.3	11.2	11.0	10.9	10.8	10.6	10.5	10.3	10.2	10.1	9.9
7	12.1	12.0	11.8	11.7	11.5	11.4	11.2	11.1	10.9	10.8	10.6	10.5	10.4	10.2	10.1	10.0	9.8	9.7
8	11.8	11.7	11.5	11.4	11.2	11.1	10.9	10.8	10.7	10.5	10.4	10.3	10.1	10.0	9.9	9.7	9.6	9.5
9	11.5	11.4	11.2	11.1	11.0	10.8	10.7	10.5	10.4	10.3	10.2	10.0	9.9	9.8	9.6	9.5	9.4	9.3
10	11.3	11.1	11.0	10.8	10.7	10.6	10.4	10.3	10.2	10.0	9.9	9.8	9.7	9.6	9.4	9.3	9.2	9.1
11	11.0	10.9	10.7	10.6	10.5	10.3	10.2	10.1	9.9	9.8	9.7	9.6	9.5	9.3	9.2	9.1	9.0	8.9
12	10.8	10.6	10.5	10.4	10.2	10.1	10.0	9.9	9.7	9.6	9.5	9.4	9.3	9.1	9.0	8.9	8.8	8.7
13	10.5	10.4	10.3	10.1	10.0	9.9	9.8	9.6	9.5	9.4	9.3	9.2	9.1	8.9	8.8	8.7	8.6	8.5
14	10.3	10.2	10.0	9.9	9.8	9.7	9.6	9.4	9.3	9.2	9.1	9.0	8.9	8.8	8.7	8.5	8.4	8.3
15	10.1	9.9	9.8	9.7	9.6	9.5	9.3	9.2	9.1	9.0	8.9	8.8	8.7	8.6	8.5	8.4	8.3	8.2
16	9.8	9.7	9.6	9.5	9.4	9.3	9.2	9.0	8.9	8.8	8.7	8.6	8.5	8.4	8.3	8.2	8.1	8.0
17	9.6	9.5	9.4	9.3	9.2	9.1	9.0	8.9	8.8	8.6	8.5	8.4	8.3	8.2	8.1	8.0	7.9	7.9
18	9.4	9.3	9.2	9.1	9.0	8.9	8.8	8.7	8.6	8.5	8.4	8.3	8.2	8.1	8.0	7.9	7.8	7.7
19	9.3	9.1	9.0	8.9	8.8	8.7	8.6	8.5	8.4	8.3	8.2	8.1	8.0	7.9	7.8	7.7	7.6	7.6
20	9.1	9.0	8.9	8.8	8.6	8.5	8.4	8.3	8.2	8.2	8.1	8.0	7.9	7.8	7.7	7.6	7.5	7.4
21	8.9	8.8	8.7	8.6	8.5	8.4	8.3	8.2	8.1	8.0	7.9	7.8	7.7	7.6	7.5	7.5	7.4	7.3
22	8.7	8.6	8.5	8.4	8.3	8.2	8.1	8.0	7.9	7.9	7.8	7.7	7.6	7.5	7.4	7.3	7.2	7.2
23	8.6	8.5	8.4	8.3	8.2	8.1	8.0	7.9	7.8	7.7	7.6	7.5	7.4	7.4	7.3	7.2	7.1	7.0
24	8.4	8.3	8.2	8.1	8.0	7.9	7.8	7.7	7.7	7.6	7.5	7.4	7.3	7.2	7.1	7.1	7.0	6.9
25	8.2	8.1	8.1	8.0	7.9	7.8	7.7	7.6	7.5	7.4	7.3	7.3	7.2	7.1	7.0	6.9	6.9	6.8
26	8.1	8.0	7.9	7.8	7.7	7.6	7.6	7.5	7.4	7.3	7.2	7.1	7.1	7.0	6.9	6.8	6.7	6.7
27	7.9	7.9	7.8	7.7	7.6	7.5	7.4	7.3	7.3	7.2	7.1	7.0	6.9	6.9	6.8	6.7	6.6	6.6
28	7.8	7.7	7.6	7.5	7.5	7.4	7.3	7.2	7.1	7.1	7.0	6.9	6.8	6.7	6.7	6.6	6.5	6.5
29	7.7	7.6	7.5	7.4	7.3	7.3	7.2	7.1	7.0	6.9	6.9	6.8	6.7	6.6	6.6	6.5	6.4	6.3
30	7.5	7.4	7.4	7.3	7.2	7.1	7.1	7.0	6.9	6.8	6.7	6.7	6.6	6.5	6.5	6.4	6.3	6.2





Quando la temperatura sale i primi a perdere il ciuffo sono... i policheti

e prendono il sopravvento, cominciando a crescere rapidamente a causa dell'accelerazione metabolica. Questo però crea degli squilibri: crescita più rapida significa maggiore assunzione di sali minerali, maggiori necessità di luce per i fotoautotrofi e così via. Se un corallo cresce più rapidamente (a causa della temperatura

elevata) ma non riceve le quantità necessarie di carbonato di calcio e oligoelementi (perché l'hobbista continua a somministrare le solite dosi invernali) prima o poi comincerà a deperire. Di pari, se un invertebrato zooxantellato cresce più rapidamente ma riceve sempre le stesse dosi di luce, prima o poi si troverà in deficit energetico e la sua popolazione potrebbe crollare improvvisamente. Pertanto, anche nel caso di organismi robusti, che non vengono influenzati negativamente dalla temperatura, bisognerà operare opportunamente per evitare danni dovuti ad accelerazioni del metabolismo.

Parlando di effetti indiretti, invece, possiamo ricordare tutti quelli che influenzano la stessa fisiologia dell'acquario. Supponiamo di allevare coralli molto robusti (quindi teoricamente esenti da danneggiamenti dovuti al calore) in un acquario munito di DSB. I coralli vivono e si accrescono rapidamente, ma questo induce un'ulteriore riduzione della quantità di ossigeno disciolto, già basso a causa delle relazioni descritte in tabella 1. Il DSB funziona grazie a un delicato gradiente verticale di ossigeno, che favorisce la stratificazione degli organismi nel substrato. Una riduzione dell'ossigeno produce subito mortalità degli invertebrati negli strati superficiali. Si riduce quindi il rimescolamento del substrato e si produce forte anossia degli strati inferiori. Purtroppo questo è un sintomo molto frequente negli acquari "roventi" dei nostri tempi: DSB e/o filtro biologico saltano e inizia una sequenza prevedibile di eventi: acqua lattiginosa, anossia, pesci boccheggianti, acqua maleodorante.

Le temperature aumentano e per tenere un acquario in casa occorre refrigerare nei mesi estivi: spesso basta ridurre la temperatura di pochi gradi per superare i due/tre mesi di picco



Come difenderci?

C'è poco da girarci intorno: le temperature aumentano e per tenere un acquario in casa occorre refrigerare nei mesi estivi. Spesso basta ridurre la temperatura di pochi gradi per superare i due/tre mesi di picco, tornando a una sana situazione ecologica invernale quando finalmente può ripartire il termoriscaldatore. Questo concetto deve essere chiaramente espresso al cliente. È possibile comunque tenere un acquario a 33 °C (e forse nel prossimo futuro a 35-37!) se quegli stessi organismi sono sottoposti anche in natura, nei loro luoghi di origine, a temperature elevate. Tuttavia occorre in questo caso porre due limitazioni: primo, allevare solo specie *euriterme*, per evitare gli effetti diretti sopra citati; secondo, semplificare la tecnologia dell'acquario, evitando filtri biologici e DSB e optando invece per mezzi fisici (es. schiumatoio) e chimici (es. resine a scambio ionico) senza sottovalutare i filtri meccanici. In questo caso bisognerà pure abbondare con le somministrazioni di oligoelementi e di luce, per sopperire a un accelerato metabolismo.

Desiderando invece realizzare un acquario più complesso, contenente organismi più delicati, sarà necessario utilizzare ausili adeguati a controllare la temperatura elevata.

Fondamentalmente esistono quattro sistemi, applicabili individualmente o in combinazione.

- Potremo posizionare in casa un efficiente condizionatore così da godere anche noi, insieme a pesci ed alghe, di una piacevole temperatura domestica. Questa è certamente una soluzione intelligente!

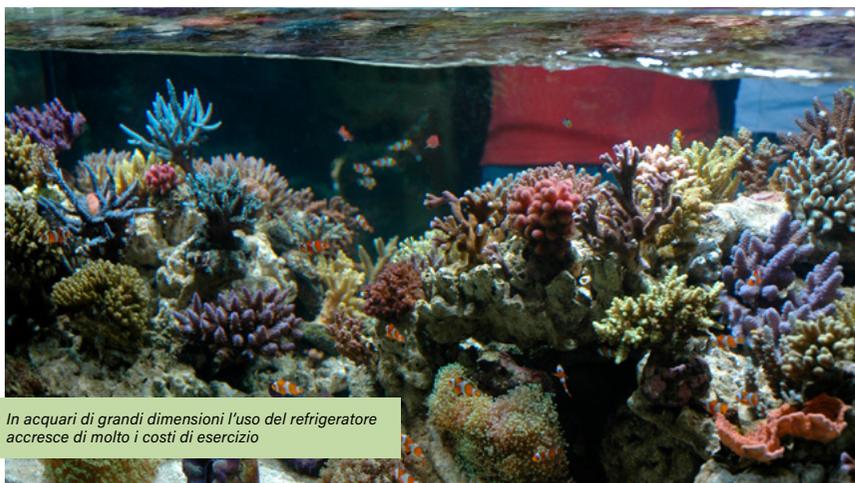
- Potremo utilizzare una forte aerazione e lasciare aperto il coperchio della vasca (se presente). Un continuo rimescolamento porta infatti in superficie l'acqua calda ed accelera l'evaporazione degli strati più caldi, portando la concentrazione dei gas disciolti a saturazione. In questo modo si riesce spesso ad ottenere una riduzione di un grado o più, che talvolta può essere sufficiente per salvare delle vite.

- Potremo usare una ventola apposita per favorire l'evaporazione degli strati superficiali spostando nell'aria parte del calore, riuscendo così a ridurre la temperatura anche di due gradi, o poco più.

- Il sistema principe, ovviamente, che ci rende totalmente indipendenti dall'aumento di temperatura, è quello di applicare un refrigeratore piccolo (a celle di Peltier) o potente (con gas refrigeranti) che ci permetta di impostare il limite superiore da non superare. Purtroppo questa soluzione ha ancora un costo abbastanza elevato e la cosa potrebbe limitare in futuro la diffusione degli acquari.

Tuttavia le possibili scelte sopra indicate permetteranno a tutti, secondo le disponibilità economiche e le esigenze, di trovare un rimedio valido. L'importante è partire preparati, per evitare catastrofiche conseguenze all'arrivo dell'estate.

Naturalmente le difficoltà sono maggiori in quegli acquari che contengono specie sensibili, non adeguate alla vita a temperature elevate



In acquari di grandi dimensioni l'uso del refrigeratore accresce di molto i costi di esercizio





SQUILIBRIO TROPICALE

I pesci tropicali d'acquario da oltre un decennio sono presenti anche in acque italiane. E forse non è buon segno

LUCIANO DI TIZIO

Mi è capitato qualche anno fa, insieme al fotografo e naturalista Emiliano Spada, di occuparmi per un lavoro presentato in un congresso di ittiologia, dell'esistenza di pesci tipicamente d'acquario che vivono e si riproducono in acque libere italiane. Più esattamente le segnalazioni di queste anomale presenze, legate per forza di cose alla temperatura dell'acqua (stiamo parlando di pesci tropicali), riguardavano due siti non lontanissimi tra loro, nella bassa Toscana e nell'alto Lazio, caratterizzati dalla presenza di acque termali calde. Una notizia positiva per gli appassionati che possono ambire a pescare e a studiare le abitudini dei loro beniamini quasi sotto casa, invece di sobbarcarsi impegnativi viaggi in lontanissime mete? Un'opportunità per i negozianti che possono ambire ad avere animali sani e quasi, come si dice oggi, a chilometro zero? Apparentemente potrebbe essere così, ma la realtà è ben diversa e lo vedremo...

La moderna scoperta di un antico fenomeno

Un passo indietro. Tutto comincia nel 2010: in quell'anno la notizia della presenza di specie tropicali in Italia venne diffusa quasi contemporaneamente in una pubblicazione scientifica, in una rivista di acquariofilia e in un quotidiano a diffusione nazionale. In sostanza si scoprì che qualcuno aveva introdotto pesci alloctoni di origine tropicale, la cui origine era con ogni probabilità legata al mondo acquariofilo, in alcune acque con una temperatura media relativamente elevata presenti nelle campagne tra le due regioni tirreniche. Un fenomeno non nuovo in Europa dove analoghe anomale pre-



Il Platy è segnalato soltanto nel sito laziale ma con una popolazione abbondante



senze, sempre in acque con temperature medie elevate, erano state segnalate già dagli anni '70 del secolo scorso in Ungheria e successivamente in altri Paesi dell'Est. L'immissione, lecita o illegale, di specie alloctone è del resto un fenomeno di vecchia data. La motivazione principale è stata sempre quella alieutica: in Italia è cominciata in forma massiccia almeno dagli anni Cinquanta del secolo scorso con quelli che venivano chiamati "ripopolamenti" per favorire la pesca cosiddetta "sportiva". Episodi di allevamento in cattività e successiva immissione in acque libere si segnalano, anche se meno sistematiche, in favore della pesca professionale. Andando a ritroso nel tempo sappiamo che anche gli antichi romani hanno operato qualche traslocazione: a loro si attribuisce, ad esempio, l'immissione della carpa in molti bacini del centro-sud Italia. Più recentemente, nei primi anni Venti del secolo scorso, c'è stata l'introduzione di *Gambusia holbrooki* come arma biologica per combattere la malaria visto che quel minuscolo pesciolino, oggi presente in tutta Italia, godeva fama (in parte certamente meritata) di essere un vorace consumatore di larve della zanzara portatrice di quella pericolosa malattia.



Il granchio di fiume nostrano ha trovato nei pesci d'acquario delle facili prede

La questione della temperatura

Di alieni (una parola che negli ultimi anni si usa sempre più spesso come sinonimo di alloctoni) i nostri fiumi e i nostri laghi sono insomma pieni da tempo. Le specie tropicali, come sono la gran parte di quelle da acquario, non avevano invece mai avuto spazio appunto perché tropicali, bisognose cioè per espletare il proprio ciclo vitale di temperature medie più elevate di quelle che si trovano abitualmente nelle acque interne italiane. Un problema che tra Toscana meridionale e Lazio settentrionale (non diamo indicazioni più precise per salvaguardare i titolari dei terreni agricoli delle zone interessate, già sin troppo assediati da intraprendenti acquariofili) la natura stessa ha risolto: in quelle aree sono presenti infatti corsi idrici con acque in cui la temperatura oscilla tra i 23,5 e i 27,5 °C nel corso dell'anno, un livello ideale per la gran parte delle specie abitualmente allevate negli acquari.

Nel 2010 la presenza di pesci tropicali in acque italiane ha confermato il trend del 1970 in Europa dell'Est

Popolazioni miste

È curioso il fatto che nel biotopo toscano i pesci d'acquario condividano l'ambiente con specie sia autoctone o parautoctone (introdotte cioè prima del 1500 d.C.) che con alloctoni di altra provenienza, come per esempio la già citata *Gambusia* e il Persico sole, mentre in quello laziale siano gli unici presenti (8 specie, 2 *Cichlidae* e 6 *Poeciliidae*) tutte abitualmente allevate in acquario.



Famiglia	Specie	Nome Comune	Status	Lazio	Toscana
Anguillidae	<i>Anguilla anguilla</i> (Linnaeus, 1758)	Anguilla	Autoctono		X
Cyprinidae	<i>Carassius auratus</i> (Linnaeus, 1758)	Pesce rosso	Alloctono		X
Cyprinidae	<i>Carassius carassius</i> (Linnaeus 1758)	Carassio	Alloctono		X
Cyprinidae	<i>Cyprinus carpio</i> (Linnaeus 1758)	Carpa	Parautoctono		X
Cyprinidae	<i>Rutilus rubilio</i> (Bonaparte 1837)	Rovella	Autoctono		X
Cyprinidae	<i>Tinca tinca</i> (Linnaeus 1758)	Tinca	Autoctono		X
Loricariidae	<i>Pterygoplichthys pardalis</i> (Castelnuovo 1855)	Plecostomus	Alloctono		X
Poeciliidae	<i>Gambusia holbrooki</i> (Girard 1859)	Gambusia	Alloctono		X
Poeciliidae	<i>Poecilia latipinna</i> (Lesueur, 1821)	Mollenisia	Alloctono	X	
Poeciliidae	<i>Poecilia reticulata</i> (Peters, 1859)	Guppy	Alloctono	X	
Poeciliidae	<i>Poecilia sphenops</i> (Valenciennes 1846)	Molly comune	Alloctono	X	X
Poeciliidae	<i>Poecilia velifera</i> (Regan, 1914)	Mollenisia	Alloctono	X	
Poeciliidae	<i>Xiphophorus helleri</i> (Heckel, 1848)	Portaspada	Alloctono	X	
Poeciliidae	<i>Xiphophorus maculatus</i> (Günther 1866)	Platy	Alloctono	X	
Mugilidae	<i>Liza ramada</i> (Risso 1827)	Cefalo calamita	Autoctono		X
Centrarchidae	<i>Lepomis gibbosus</i> (Linnaeus 1758)	Persico sole	Alloctono		X
Cichlidae	<i>Amatitlania nigrofasciata</i> (Günther 1867)	Ciclido zebra	Alloctono	X	X
Cichlidae	<i>Hemichromis sp.</i> (Linnaeus, 1758)	Ciclido gioiello	Alloctono		X
Cichlidae	<i>Oreochromis niloticus</i> (Linnaeus 1758)	Tilapia del Nilo	Alloctono	X	X

Le specie autoctone, parautoctone e alloctone censite nei due siti italiani di cui qui si parla.

Da dove arrivano?

La domanda è: chi ha immesso queste specie in quelle acque? Non c'è stata un'indagine della polizia né tantomeno una pronuncia della magistratura per cui certezze assolute in tal senso non ce ne sono. Gli indizi, tuttavia, portano tutti verso il mercato acquariofilo: nei pressi di uno dei due siti c'era un allevamento di pesci tropicali successivamente convertito in altra attività; nel paese più vicino all'altro sito ha operato per alcuni anni un negozio che ha poi chiuso lasciando orfani numerosi appassionati nel territorio. Qualcuno tra loro potrebbe aver abbandonato il suo hobby e deciso di disfarsi dei suoi pesci lasciandoli in natura? O forse fughe accidentali? Quale che sia la verità è il nostro settore a essere sotto accusa. È già accaduto altre volte. A cominciare dal *Carassius auratus*: la presenza del pesce rosso, reperibile ormai ovunque in Italia, viene tradizionalmente attribuita alla illecita immissione da parte di allevatori privati che lo hanno disseminato un po' ovunque, persino in irraggiungibili laghetti di montagna. Ci sono anche accuse infondate: *Oreochromis niloticus*, la cosiddetta Tilapia del Nilo, a causa della

PREDATORI INATTESI

In base ai lavori sin qui pubblicati a livello scientifico sui pesci d'acquario scoperti nelle acque libere italiane, c'è anche chi si avvantaggia di una tale presenza: le specie tropicali, è stato osservato, sono abitualmente predate dal granchio di fiume *Potamon fluviatile*, dalla biscia *Natrix tessellata* e dell'airone cenerino *Ardea cinerea* mentre le larve del coleottero *Dytiscus sp.* cacciano a quanto pare esclusivamente avannotti di *Poeciliidae*.



taglia notevole viene di rado allevata in acquario mentre è relativamente comune nei laghetti privati adibiti alla pesca sportiva, dove viene apprezzata perché in grado di tollerare le alte temperature estive. Non a caso, oltre che nei due siti di cui ci stiamo occupando, è segnalata in Italia anche in acque termali venete (dove pesci da acquario non ce ne sono) e nel lago di Lesina.

Al tirar delle somme le specie tipicamente da acquario acclimatate nelle acque libere italiane sono dunque a oggi nove ma la situazione potrebbe presto peggiorare in conseguenza dei cambiamenti climatici e dell'aumento delle temperature.

Specie	Nome comune
<i>Pterygoplichthys pardalis</i> (Castelnau 1855)	Plecostomus
<i>Poecilia latipinna</i> (Lesueur, 1821)	Mollensia
<i>Poecilia reticulata</i> (Peters, 1859)	Guppy
<i>Poecilia sphenops</i> (Valenciennes 1846)	Molly comune
<i>Poecilia velifera</i> (Regan, 1914)	Mollensia
<i>Xiphophorus helleri</i> (Heckel, 1848)	Portaspada
<i>Xiphophorus maculatus</i> (Günther 1866)	Platy
<i>Amatitlania nigrofasciata</i> (Günther 1867)	Ciclode zebra
<i>Hemichromis sp.</i> (Linnaeus, 1758)	Ciclode gioiello



Questa koi è stata a sorpresa pescata in un laghetto in Abruzzo (foto R. Breda)

Una novità negativa

Resta da dire perché questa novità, a dispetto delle apparenze, non rappresenta un buon affare per gli appassionati e tantomeno per i negozianti come te. La sensibilità nei confronti dell'ambiente è enormemente cresciuta negli ultimi anni e oggi le specie aliene, pure quelle con un aspetto gradevolissimo come i pesci d'acquario, sono guardate con sospetto. Ed è comunque un errore apportare modifiche a un ecosistema inserendo elementi estranei che possono alterare consolidati equilibri. Se gli esperti denunciano danni e l'opinione pubblica è contraria a certe pratiche, la legge inevitabilmente interviene. Quello che è già accaduto

con la testuggine *Trachemys scripta* e con diverse specie di gamberi la dice lunga sul futuro che ci aspetta se non saremo in grado di educare i nostri clienti. Liberare una specie alloctona in un ambiente che le è estraneo è sempre un errore e può ritorcersi contro l'intero comparto dando più forza alla voce di chi vorrebbe impedire qualsiasi forma di allevamento in cattività. Esserne consapevoli può aiutare l'ambiente e il mercato.

PRESENZE OCCASIONALI

Non solo le specie acclimatate, cioè capaci di riprodursi e di prosperare, di cui si parla in questo articolo. Nelle acque italiane capitano anche ritrovamenti occasionali di pesci legati al mondo acquariofilo, come la carpa giapponese (koi) casualmente pescata in un laghetto in Abruzzo.



LAVORO/OFFERTA

Linea 101 / agenti



Azienda specializzata nella produzione di cosmetici professionali per cani, gatti e cavalli, oltre a una linea di detergenti e igienizzanti specifici, che utilizza materie prime naturali e certificate e offre garanzie di alta qualità, cerca agenti plurimandatari per le aree ancora disponibili in Italia.

Si ricerca persone fortemente motivate e intraprendenti che abbiano il desiderio di crescere e vincere in questo mercato in forte espansione, professionalmente preparate, preferibilmente già inserite nel settore, capaci di promuovere prodotti cosmetici professionali costanti nella qualità e nel loro continuo aggiornamento. Le persone avranno il compito di sviluppare il mercato sul territorio assegnato, automuniti, in Partita IVA, ottima conoscenza della lingua italiana, predisposizione a stabilire e mantenere rapporti commerciali con diverse categorie di professionisti, spirito organizzativo e propensione alla collaborazione per lavorare in team. Utilizzo posta elettronica e pacchetto Office. Principale canale di vendita è il settore specializzato (pet shop, toelettature, garden center, GDO, GDS, veterinarie, farmacie).

Si garantisce, in virtù dei risultati raggiunti, la possibilità di crescere all'interno della struttura, guadagnare cifre molto interessanti, alto margine provvigionale. Piano di crescita personale, piano incentivi mensili, premi per raggiungimento obiettivi, inquadramento Enasarco dopo un primo periodo di prova, supporto tecnico commerciale.

Info

inviare CV a dir.commerciale@linea101.it / tel. 0522086489

Prodac international / agenti plurimandatari



Azienda di produzione e leader nel settore dell'acquariologia dal 1976 cerca agenti plurimandatari per il canale specializzato. Si richiede posizione Enasarco e conoscenza del settore.

È previsto un interessante trattamento provvigionale, incentivi fatturato e formazione presso Prodac.

Info

inviare CV a info@prodac.it / tel. 0495971677

Diusapet / Agenti plurimandatari

Società leader nella produzione di alimenti per cani e gatti e in forte espansione, ricerca agenti plurimandatari per la propria rete commerciale nelle seguenti aree:

- Piemonte = NO, VC, AL, AT e CN;
- Liguria = tutte le città;
- Lombardia = MI, CR, LO, BS, BG e MN;
- Friuli = tutte le città;
- Emilia-Romagna = tutte le città.

Si richiedono esperienza maturata nel settore, professionalità, spiccata attitudine alla vendita e alla trattativa e forte orientamento agli obiettivi.

Info: Inviare CV a ilaria.segradin@diusapet.com, cell. 3478194190

Pet Distribuzione / agenti

Azienda distributrice dei marchi Silpet, Julius K-9 (mangime), Petitamis, GiGwi, Chilaboo, VanCat, ricerca agenti plurimandatari per varie zone libere sul territorio nazionale.

Info: mandare CV a petdistribuzione@gmail.com / cell. 3474301589

Aquili / agenti

Azienda produttrice presente da 30 anni nel settore acquariologia, ricerca agenti plurimandatari introdotti nel settore specifico. Si offrono interessanti condizioni economiche e formazione sul campo.

Info: inviare CV a info@aquili.it / tel. 0731288091

Pet Store Conad / Addetto reparto pet care

Pet store all'interno dell'Ipermercato Spazio Conad, via Caduti di Nassiriya 20, Rimini, c/o Centro Commerciale Le Befane, ricerca addetto al reparto pet care.

I candidati ideali possiedono i seguenti requisiti: amore per gli animali, predisposizione al contatto col pubblico e al lavoro di squadra, dinamicità, flessibilità, disponibilità a tipologie contrattuali a tempo determinato con orari flessibili, residenza nel comune di Rimini o limitrofi.

Costituirà titolo preferenziale aver maturato un'esperienza professionale analoga in negozi specializzati e/o all'interno di contesti della Grande Distribuzione Organizzata specializzata nel pet food.

Info: inviare CV a info@emmecirimini.it oppure consegnare a mano presso il box informazioni del punto vendita in busta chiusa con indicato RIF PET 09/21.

Pineta Zootecnici / Agenti plurimandatari

Azienda leader nel pet food, da anni presente sul mercato, ricerca agenti plurimandatari per potenziamento della propria rete commerciale.

Si richiede massima serietà, esperienza nel settore pet food, conoscenza dei punti vendita della propria zona, forte motivazione al raggiungimento degli obiettivi.

Si offre ottimo pacchetto di prodotti dall'alto profilo commerciale, programma di incontri formativi in azienda e interessante trattamento provvigionale.

Info: Inviare curriculum a cv@pinetazootecnici.com



Gheda Petfood / agenti di commercio

Azienda storica nel mercato pet food in Italia con i marchi Unica Natura, Unica Gemma e Unica Classe, ricerca agenti nel canale specializzato per potenziare ulteriormente la propria organizzazione di vendite nelle regioni Emilia Romagna e Lazio.

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 training.

Info: Inviare cv a gabriele.gheda@gheda.it, tel. Emilia Romagna 3452679408, tel. Lazio 3492491775

Darwinpet Srls / agenti

Azienda produttrice dal 2014 dell'alimento per cani e gatti Barnie's, già presente in 150 pet shop concentrati principalmente nel Centro Italia, ricerca distributori regionali per tutto il territorio nazionale e distributori per Paesi esteri. Se interessati prendere contatto.

Info: inviare CV a info@barnies.it / cell. 3384202184

Gimborn Italia / Agenti plurimandatari GDO

Importante azienda settore pet, succursale di H.v. Gimborn GmbH, fondata nel 1855, specializzata nei prodotti per gatti a marchio GimCat, nelle lettine agglomeranti a marchio Biokat's, negli accessori e nelle specialità per cani a marchio GimDog e nell'alimentazione e igiene per piccoli mammiferi a marchio Gimbi, cerca agenti preferibilmente esperti, per le seguenti zone: Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna e Toscana.

Info: inviare CV con foto a Gimborn Italia c/a Rita Giglioli: r.giglioli@gimborn.it inserendo nell'oggetto: Venditore GDO

Pets Fitness / agenti

Pets Fitness, distributore esclusivo per l'Italia dei brand Grizzly Salmon Oil, Tropiclean e Tasty Bone, per soddisfare le proprie esigenze di espansione e distribuzione di nuovi brand ricerca agenti plurimandatari, con contratto Enasarco, per le zone: Piemonte, Lombardia, Emilia, Abruzzo, Friuli, Calabria e Liguria.

Info: Inviare CV a info@petsfitness.com

Azienda / Agenti plurimandatari

Azienda leader nel settore pet food con prodotti fortemente innovativi ricerca venditori esperti per le seguenti zone: Sardegna, Lombardia, Emilia Romagna.

Si richiede esperienza pregressa nel settore, capacità a operare in autonomia e forte motivazione al raggiungimento degli obiettivi.

Si offrono provvigioni di sicuro interesse con ulteriore piano premi, oltre a formazione e affiancamento in zona.

Info: Inviare richieste alla redazione: info@zampotta.it - Rif. 10/A

Sa.re / agenti

Giovane azienda produttrice di cucce e cuscini per animali domestici nella zona di Monselice (PD), cerca agenti/rappresentanti plurimandatari disponibili a proporre e far conoscere i prodotti delle quattro linee di produzione per potenziamento e sviluppo rete vendita in tutta Italia.

Info: inviare CV a n.ferrigo@saresrl.it / tel. 0429781162

ATTIVITÀ E ATTREZZATURE / OFFERTA

Vendesi / Attrezzatura

Per chiusura attività zona Verona vendesi attrezzatura composta da: vasca acciaio fissa, vasca acciaio altezza regolabile elettrica, tavolo elettrico, phon aspiratore Combo Camon, 2 phon a 2 velocità, tosa-trice usata con serie di testine.

Info

cell. 3312996103 Sig. Gianni

Affittasi / attività

Affittasi locali all'interno del pet shop Zanna Bianca di San Martino B.A. (VR) completi di ogni attrezzatura per toelettatura.

Pet shop attivo dal 2004, toelettatura dal 2010. Il canone è contenuto e comprensivo di tutte le utenze e tasse comunali. Nessuna altra spesa.

Info: cell. 3772199743 Sig. Luca

Cedesi / attività

Cedesi attività di toelettatura con annesso pet shop in centro Bassano del Grappa (VI). Aperta da oltre 12 anni con pacchetto clienti consolidato e sempre in crescita. Cedesi a persona già formata e determinata a intraprendere questo lavoro. Possibilità di affiancamento fino a 6 mesi. 50.000 € leggermente trattabili. Eventualmente vendibile a parte un furgone attrezzato al trasporto di cani e gatti. Contattare solo se seriamente interessati.

Info: toelettaturabassano@gmail.com

COME PUBBLICARE UN ANNUNCIO

LA BACHECA è una rubrica di annunci gratuiti a disposizione di tutti gli operatori. Il testo va inviato via email (info@zampotta.it) precisando se nell'annuncio devono comparire i vostri dati oppure se desiderate restare anonimi. Tutti gli annunci, anche quelli anonimi, devono essere completi di nome, cognome, indirizzo, telefono ed eventualmente fax ed email. La redazione si riserva il diritto di accettare la pubblicazione degli annunci. Zampotta Pet Business offre esclusivamente un servizio, non riceve provvigioni sulle contrattazioni, non effettua commerci, non è responsabile per la qualità, la provenienza e la veridicità delle inserzioni.



CONTATTI

BUSINESS CONTACTS

ACQUARI & CO. / FISH & CO.

-  **Acquariolandia Italia** **tel. e fax 024598320**
Via F. Rismondo, 119 - 20153 Milano
acquariola@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 0804033673
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 Emilia
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 Povolario 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 Folzano (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.iemmiermannoacquari.com - iemmi.ermann@tiscalinet.it
-  **Kuda Tropical Fish S.r.l.** **0373234461**
fax 0373236714
Via delle Industrie, 34 - 26010 Bagnolo Cremasco (CR)
www.kudafish.it - info@kudafish.it
-  **Oase Italia S.r.l.** **0424590866**
fax 0424827342
Via delle Industrie, 16 - 36050 Cartigliano (VI)
oase-livingwater.com - info@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.** **0303363047**
fax 0303363048
Via Romolo Gessi, 210 - 25135 Sant'Eufemia (BS)
www.porsaitaly.com - info@porsaitaly.com

Legenda

-  alimenti / food
-  accessori / accessories
-  igiene e cura / pet care
-  vivo / live pets

-  **Pro.D.Ac. International S.r.l.** **0495971677**
fax 0495971113
Via Padre Nicolini, 22 - 35013 Cittadella (PD)
www.prodacinternational.it - info@prodac.it
-  **Reef International S.a.s.** **0331792443**
fax 0331772839
Via Arconti, 11 - 21013 Gallarate (VA)
www.reef-international.com - reefint@tin.it
-  **Rinaldo Franco S.p.a.** **0248376157**
fax 0241291840
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com
-  **Spectrum Brands Italia** **0290448310**
fax 0290756096
Via Ludovico il Moro, 6 - 20060 Basiglio (MI)
www.spectrumbrands.com - info@spectrumbrands.com
-  **Teco S.r.l.** **0544408333**
fax 0544280084
Via A. Sansovino, 35 - 48124 Ravenna
www.tecoonline.com - teco@tecoonline.com
-  **Trixie Italia S.p.a.** **0444835329**
fax 0444833352
Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it
-  **Velma Group S.r.l.** **0423715319**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
-  **Vitakraft Italia S.p.a.** **075965601**
fax 0759656020
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
-  **Zolux Italia** **0516414318**
Via Caduti di Amola, 17 - 40132 Bologna
www.zolux.com - info@zolux.it

CANI & GATTI / DOGS & CATS

-  **Adragna Alimenti Zootecnici S.r.l.** **092423013**
fax 092422424
Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP)
www.adragna.net - info@adragna.it
-  **Affinity Petcare Italia S.r.l.** **0289633029**
fax 0266719002
Via F. Turati, 40 - 20121 Milano
www.affinity-petcare.com
-  **Agras Delic S.p.a.** **010588586**
fax 010588914
Via 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)
www.tewvua.it
avitabilenapoleone@interfree.it - contatto@tewvua.it
-  **Baldecchi S.n.c.** **0559705281**
fax 0559705352
Zona PIP Frazione Penna - 52028 Terranuova Bracciolini (AR)
www.baldecchi.it - baldecchiscn@baldecchi.it
-  **Bama S.p.a.** **0583286353**
fax 0583287754
Via Pertini, 2 - 55011 Altopascio (LU)
www.bamagroup.com - info@bamagroup.com



	Bayer s.p.a. V.le Certosa, 130 - 20156 Milano www.vetclub.it - www.petclub.it	0239781 fax 0239784660		Farmina Pet Foods Italia Via Nazionale delle Puglie - 80035 Nola (NA) www.farmina.com - info@farmina.it	0818236000 fax 0815122135
	B. Braun Milano S.p.a. Via V. da Seregno, 14 - 20161 Milano www.bb Braun.com - servizio.clienti@bb Braun.com	02662181 fax 0266218290		Fashion Dog S.r.l. Via Lago di Carezza, 11 - 41012 Carpi (MO) www.fashiondog.it - www.curapets.it - info@fashiondog.it	0596232450 fax 059687984
	Boehringer Ingelheim Animai Health Italia S.p.a. Via Giovanni Lorenzini, 8 - 20139 Milano www.merial.com - merial.italia@merial.com	02535581 fax 025355822		Ferrzootecnia Via Belgio, 16 - 41122 Modena MO www.ferrzootecnia.it - info@ferrzootecnia.it	tel. 059313426
	Camon s.p.a. Via Lucio Cosentino, 1 - 37041 Albaredo d'Adige (VR) www.camon.it - camon@camon.it	0456608511 fax 0456608512		Ferplast S.p.a. Via I Maggio, 5 - Z.I. - 36070 Castelgomberto (VI) www.ferplast.com - info@ferplast.com	0445429111 fax 0445429115
	Candioli S.p.a. Via Manzoni, 2 - 10092 Beinasco (TO) www.candioli.it - info@candioli.it	0113490232 fax 0113490526		Ferri Biella S.p.a. Strada Trossi, 33 - 13871 Verrone (BI) www.ferri Biella.it - info@ferri Biella.it	0152558103 fax 0152558083
	Carbone Pet Products S.r.l. Via Antonio Gramsci, 1537 - 51036 Larciano (PT) www.petproductscarbone.it - info.petproductscarbone.it	0573837868 fax 0573859163		Formevet S.r.l. Via Savona, 97 - Z.I. - 20144 Milano www.formevet.com - vetline@formevet.it	024345891 fax 0243458922
	Cerberus S.r.l. a s.u. Via Sant'Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.cerberus-pet.com - info@cerberus-pet.com	3482713009		Forza10/SANYPet S.p.a. Via Austria, 3 - 350138 Bagnoli di Sopra (PD) www.forza10.com - forza10@forza10.com	0429785401 fax 0429767006
	Cerere S.p.a. Corso Romano Scagiola, 189 - 12052 Neive (CN) www.cerere.com - marketing@cerere.com	0173677770		Ghedda Mangimi S.r.l. Via Comuna Santuario, 1 - 46035 Ostiglia (MN) www.ghedda.it - ghedda@ghedda.it	038632677 fax 038632664
	Cesarano S.a.s. Via Nolana, 42 - 80045 Pompei (NA) www.cesarano.it - loredana@cesarano.it	0818507330 fax 0818507467		Gimborn Italia S.r.l. Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia www.gimborn.eu/it - marketing@gimborn.it	05225452 fax 0522945365
	Ceva Salute Animale S.p.a. Via Colleoni, 15 - 20041 Agrate Brianza (MI) www.ceva.com - marketing.italy@ceva.com	03965591 fax 0396559244		Heiniger AG Industrieweg 8 - 3360 Herzogenbuchsee (Switzerland) www.heiniger.com - kontakt@heiniger.com	+41/62/9569200 fax +41/62/9569281
	Chemi-Vit S.r.l. Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE) www.chemivit.com - info@chemivit.com	0522887959 fax 0522888200		Hill's Pet Nutrition Italia S.r.l. Via A.G. Eiffel, 15 - 00148 Roma www.hillspet.it	06545491 fax 0654549560
	Ciam S.r.l. Via Piemonte, 4 - 63100 Ascoli Piceno (AP) www.ciamanimali.com - ciam@ciamanimali.it	0736250484 fax 0736257854		Imac S.r.l. Via Ghisa, 14 - 36070 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it	0444482301 fax 0444482500
	Coltelleria Polla Via Vochieri, 69 - 1500 Alessandria www.polladino.com - lipolla@libero.it	tel. e fax 0131264774		Innovet Italia Via Einaudi, 13 - 35030 Saccolongo (PD) www.innovet.it - innovet@innovet.it	0498015583 fax 0498015737
	Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - info@croci.net	0332870860 fax 0332462439		Italsystem S.a.s. Via Corciano, 14 - 47914 Rimini www.lallsystems.com - info@lallsystems.com	0541731428 fax 0541731328
	De Wan S.r.l. Piazza San Carlo, 132 - 10121 Torino www.delashop.it - business@delashop.it	011547917 Cell. 3202322870		Iv San Bernard S.r.l. Via Castelli, 7 - 50056 Montelupo F.no (FI) www.ivsanbernard.it - info@ivsanbernard.it	0571509106 fax 05711656081
	Disegna Group Via Marsan, 28/30 - 36063 Marostica (VI) www.disegnagroup.it - info@disegnagroup.it	0424471424 fax 0424476392		Landini Giuntini S.p.a. Via Rosa Luxemburg, 30 - 06012 Città di Castello (PG) www.giuntinipet.it - info@giuntinipet.it	075851781 fax 0758517804
	Diusa Pet S.r.l. S.P. per Lardirago, 8 - 27010 Marzano (PV) www.diusapet.it - info@diusapet.it	0382947500 fax 0382947488		Laviosa Chimica Mineraria S.p.a. Via L. Da Vinci, 11 - 57113 Livorno www.laviosa.it - lcm@laviosa.it	0586434000 fax 0586434210
	Dorado S.r.l. Via Roma, 10 - 30010 Monsole di Cona (VE) www.exclusion.it - infoservice@exclusion.it	042659140 fax 0426308158		Life Petcare S.r.l. Via di Basserone, 57 - 52041 Badia al Pino (AR) www.lifepecare.it - info@lifepecare.it	0575411013 fax 0575416496
	Due Erre & c. S.n.c. Via Pradazzo, 1/D - 40012 Calderara di Reno (BO) www.snackforpet.it - info@snackforpet.it	0516466149 fax 0516467654		Linea 101 S.r.l. Via Agostino Novella, 4 - 42025 Cavriago (RE) www.linea101.it - info@linea101.it	0522086489
	Eagle S.r.l. Via Pavoncella, 8 - 56010 Migliarino Pisano (PI) www.eagleitalia.it - eagleitalia@tin.it	050803275 fax 050867808		Lory Progetti Veterinari S.r.l. Via Buozzi, 3/A - 42025 Cavriago (RE) www.loryprogettiveterinari.it - info@loryprogettiveterinari.com	3929091598
	Farm Company S.r.l. Via Amendola, 532 - Regione Spolina - 13876 Cossato (BI) www.farmcompany.it - info@farmcompany.it	015511310 fax 0158129259		Mantovani Pet Diffusion S.r.l. Via Giulio Pastore, 31 - 40053 Valsamoggia (BO) www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com	051969413



-  **Marpet S.r.l.**
Via Don Sasselli d'Era, 13 - 37041 Albaredo d'Adige (PD)
www.marpet.it - info@marpet.it
- 0456600134
fax 0457000124**
-  **Mars Italia S.p.a.**
V.le Milano Fiori Str. 2 Pal C3 - 20090 Assago (MI)
www.pedigree.it
- 025776111
fax 0257510890**
-  **Mennuti Group S.r.l.**
Via Ponte Cerretano, 10/14 - 50050 Carreto Guidi (FI)
www.mennutigroup.it - info@mennutigroup.it
- 02662181
fax 0266218290**
-  **Mister Pet S.p.a.**
Via Pedemontana, 35 - 43029 Mamiano di Traversetolo (PR)
www.misterpetsrl.com - info@misterpetsrl.com
- 0521340323
fax 0521340319**
-  **Monge & C. S.p.a.**
Via Savigliano, 31 - 11030 Monasterolo di Savigliano (CN)
www.monge.it - info@monge.it
- 0172747111
fax 0172747198**
-  **Morando S.p.a.**
Via Chieri, 61 - 10020 Anzezeno (TO)
www.morando.it - morando@morando.it
- 0119433311
fax 0119434289**
-  **Mp Bergamo S.r.l.**
Via Passerera, 2/C - 24060 Chiusduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com
- 0358361301
fax 0354496738**
-  **Mp Group S.r.l.**
Via dell'Industria, 7/1 - 42025 Cavriago (RE)
www.versele.it - mp@versele.it
- 0522941521**
-  **MPS 2 S.r.l.**
Via Zambon, 17 - 36051 Creazzo (VI)
www.mpsitalia.it - info@mpsitalia.it
- 0444572190
fax 0444370902**
-  **MSD Animal Health Italia**
Via Fratelli Cervi snc - Centro direzionale Milano 2
Palazzo Borromini - 20090 Segrate (MI)
www.exspot.it - www.scalibor.it
- 02516861
fax 0251686685**
-  **MSM Pet Food S.r.l.**
Via dell'Agricoltura, 5 - 25028 Verolanuova (BS)
www.msmpetfood.com - amministrazione@msmpetfood.com
- 0309361245
fax 0309921858**
-  **My Factory S.r.l.**
Via Olivetti, 7/9 - 10020 Riva Presso Chieri (TO)
www.my-factory.it - info@my-factory.it
- 0119401249**
-  **My Family S.r.l.**
Strada Solero, 1/A - 15048 Valenza (AL)
www.myfamily.it - info@myfamily.it
- 0131950063
fax 0131952944**
-  **Naturina S.a.s.**
Via Bobbio, 10/3r - 16137 Genova
www.naturina.it - info@naturina.it
- 0109415459
fax 0108393921**
-  **Necon Pet Food S.r.l.**
Via Alighieri 15 - 25020 Flero (BS)
www.neconpetfood.com - info@neconpetfood.com
- 0302681182
fax 0302680138**
-  **Nestlé Purina Petcare S.p.a.**
Via del Mulino, 6 - 20090 Assago (MI)
www.purina.it
- 028181
fax 0281817133**
-  **N.P. Industries S.r.l.**
Via Valcellina, 37 - 33097 Spilimbergo (PN)
www.disugual.it - info@disugual.it
- 0432699322**
-  **On Site S.r.l.u.**
Via Nazionale, 5 - 23012 Castione Andevenno (SO)
www.onsite.pet - info@onsite.pet
- 0342200070
fax 0342211815**
-  **Original Legno Italia S.a.s. di Maltese & C.**
Z.I. Fegotto - 91013 Calatafimi-Segesta (TP)
www.original-legno.it - info@original-legno.it
- 0924514511**
-  **Petitamis è un marchio di Eagles Engineering S.r.l.**
Via San Maurizio, 184/15 - 10073 Ciriè (TO)
www.petitamis.it - info@petitamis.it
- 3334168155
0119222641
fax 0119224084**
-  **Petness S.a.s. di Circuri G. & c.**
Via Tullio Ascarelli, 181 - 00166 Roma
italia@smartbones.com - info@petness.it
- 0666182041**
-  **Pets Fitness**
Via Soderini, 8 - 60027 Osimo (AN)
www.petsfitness.com - info@petsfitness.com
- tel. 0717108160**
-  **Pet Village S.r.l.**
Via Stradello, 35 - 48124 Madonna dell'Albero (RA)
www.petvillage.it - info@petvillage.it
- 054464418
fax 0544684190**
-  **Pineta Zootecnici**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggione Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
- tel. e fax 052253616**
-  **Porrini Group**
Via Maestri del Lavoro, 23/25 - 25014 Castenedolo (BS)
www.porrinigroup.it - info@porrinigroup.it
- 0302791814**
-  **Rebo S.r.l.**
Via Mestre, 31 - 11050 Cairate (VA)
www.happydog.it - www.happycat.it - info@happydog.it
- 0331502700
fax 0331502703**
-  **Rinaldo Franco S.p.a.**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com
- 0248376157
fax 0241291840**
-  **Riscino Distribuzione S.r.l.s.**
Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA)
www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.com
- 0803324410**
-  **Royal Canin Italia S.r.l.**
Via Anton Checov, 50/2 - 20151 Milano
www.royalcanin.it - info@royal-canin.it
- 023347611
fax 0233490091**
-  **Sepiol S.a.**
Via General Govone, 56 - 20155 Milano
www.sepiolsa.com - info.italia@sepiolsa.com
- 0233610725
fax 023319855**
-  **Slow Global**
Cascina Malcotta - 13010 Stroppiana (VC)
www.slowglobal.com - slowglobal@gmail.com
- 0161219438
fax 0161220542**
-  **Stefanplast S.p.a.**
Via Piazza, 47 - 36020 Castegnero (VI)
www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it
- 0444639011
fax 0444638315**
-  **Ticinese Petfood S.r.l.**
Via Vigentina, 102 - 27100 Pavia
www.laticinese.it - info@laticinese.it
- 0382573789
fax 0382575576**
-  **Trixie Italia S.p.a.**
Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it
- 0444835329
fax 0444833352**
-  **Velma Group S.r.l.**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
- 0423715319**
-  **Vema Petfood&Care S.r.l.**
Via Lazzaretto snc - 21042 Caronno Pertusella (VA)
www.vemapetfood.it - info@vemapetfood.it
- 0249474139**
-  **Visan Italia**
Via Sistina, 149 - 00187 Roma
www.visanpet.it - info@visanpet.it
- 0694800700**
-  **Vitakraft Italia S.p.a.**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
- 075965601
fax 0759656020**
-  **Wahl Italia S.r.l.**
Via Piero Gobetti, 51 - 40129 Bologna
www.wahl-animal.com - info@wahlitalia.com
- 051374253**
-  **WINNER Plus Pet Food S.r.l.**
Via Italia, 4 - 00060 Capena (RM)
www.winnerplus.eu - info@winnerplus.eu
- 0690375587**
-  **Wonderfood S.p.a.**
Strada dei Censiti, 1 - 47891 Repubblica di San Marino
www.wonderfood.com - info@wonderfood.com
- 0549943311
fax 0549943312**
-  **Zoo Planet S.r.l.**
Via Malcantone, 7 - 35017 Piombino Dese (PD)
www.zooplanet.it - info.zooplanet.it
- 0499350400
fax 0499350388**



UCCELLI / BIRDS

-  **All Pet S.r.l.** **0296450470**
Via Trieste, 603 - 21042 Caronno Pertusella (VA)
www.allpet.it - info@allpet.it **fax 0296450464**
-  **Borgovit S.r.l.** **031650344**
Via Roma, 48 - 22046 Merone (CO)
www.borgovit.it - info.borgovit.it **fax 031651419**
-  **Chemi-Vit S.r.l.** **0522887959**
Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE)
www.chemivit.com - info@chemivit.com **fax 052288200**
-  **Croci S.p.a.** **0332870860**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - info@croci.net **fax 0332462439**
-  **Fioletta Rag. Gianni S.n.c.** **0341530138**
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com **fax 0341530392**
-  **Formevet S.r.l.** **024345891**
Via Savona, 97 - 20144 Milano
www.formevet.com - info@formevet.it **fax 0243458922**
-  **Imac S.r.l.** **0444482301**
Via Ghisa, 24 - 37071 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it **fax 0444482500**
-  **Manitoba S.r.l.** **0375310418**
Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR)
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com **fax 037591348**
-  **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.** **051969413**
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com **fax 051969348**
-  **Mp Bergamo S.r.l.** **0358361301**
Via Passerera, 2/C - 24060 Chiusduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com **fax 0354496738**
-  **Pineta Zootecnici** **tel. e fax 0522553616**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
-  **Rinaldo Franco S.p.a.** **0248376157**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com **fax 0241291840**
-  **Riscino Distribuzione S.r.l.s.** **0803324410**
Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA)
www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.com
-  **Trixie Italia S.r.l.** **0444835329**
Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it **fax 0444833352**
-  **Valman S.r.l.** **0444975663**
Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI)
www.padovanpetfood.com - info@valman.it
-  **Velma Group S.r.l.** **0423715319**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
-  **Vergerio Mangimi S.r.l.** **049700622**
Via Roma, 56 - 35010 Cadoneghe (PD)
www.canary.it - info@canary.it **fax 049703440**
-  **Vitakraft Italia S.p.a.** **075965601**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it **fax 0759656020**
-  **Viten S.r.l.** **0432664401**
Via Faedis, 21 - 33040 Povoletto (UD)
www.viten.it - info@viten.it
-  **Zoo Planet S.r.l.** **0499350400**
Via Malcantone, 6 - 35017 Piombino Dese (PD)
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it **fax 0499350388**

PICCOLI MAMMIFERI / SMALL MAMMALS

-  **Croci S.p.a.** **0332870860**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - info@croci.net **fax 0332462439**
-  **Fioletta Rag. Gianni S.n.c.** **0341530138**
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com **fax 0341530392**
-  **Gimborn Italia S.r.l.** **05225452**
Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia
www.gimbom.eu/it - marketing@gimborn.it **fax 0522945365**
-  **Imac S.r.l.** **0444482301**
Via Ghisa, 24 - 36070 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it **fax 0444482500**
-  **Laviosa Chimica Mineraria S.p.a.** **0586434000**
Via L. Da Vinci, 21 - 57123 Livorno
www.laviosa.it - laviosaminerals@laviosa.com **fax 0586434210**
-  **Manitoba S.r.l.** **0375310418**
Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR)
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com **fax 037591348**
-  **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.** **051969413**
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com **fax 051969348**
-  **Mp Bergamo S.r.l.** **0358361301**
Via Passerera, 2/C - 24060 Chiusduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com **fax 0354496738**
-  **Pineta Zootecnici** **tel. e fax 0522553616**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
-  **Rinaldo Franco S.p.a.** **0248376157**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com **fax 0241291840**
-  **Riscino Distribuzione S.r.l.s.** **0803324410**
Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA)
www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.com
-  **Trixie Italia S.r.l.** **0444835329**
Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it **fax 0444833352**
-  **Valman S.r.l.** **0444975663**
Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI)
www.padovanpetfood.com - info@valman.it
-  **Velma Group S.r.l.** **0423715319**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
-  **Vitakraft Italia S.p.a.** **075965601**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it **fax 0759656020**

RETTILI & ANFIBI / REPTILES & AMPHIBIANS

-  **Croci S.p.a.** **0332870860**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - info@croci.net **fax 0332462439**
-  **Fioletta Rag. Gianni S.n.c.** **0341530138**
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com **fax 0341530392**
-  **Imac S.r.l.** **0444482301**
Via Ghisa, 24 - 37071 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it **fax 0444482500**
-  **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.** **051969413**
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com **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

Zolux Italia
Via Caduti di Amola, 17 - 40132 Bologna
www.zolux.com - info@zolux.it

0516414318

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
fax 0499431370

Masidef S.r.l. - Storedesign
Via Oberdan, 125 - 21042 Caronno Pertusella (VA)
www.masidef.com - info@masidef.com

029651011

Polypro S.p.a.
Via Roma, 118 - 40012 Calderara di Reno (BO)
www.polypro.it - info@polypro.it

0510958560

Vimax S.r.l.
Via Rezzonico, 23 - 22100 Como
www.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	WINNER PLUS PET FOOD	CERERE	35	FRESKISSIMO	29	MP GROUP	15	PET & CO	81
II coperta	WINNER PLUS PET FOOD	COLLAR	23	IPV	11	MPS2	43	PRODAC	13, 45
III coperta	PAOLA ACCO	COTECNICA	26-27	LINEA 101	25	MSM	17	RINALDO FRANCO	41, 63
IV coperta	RINALDO FRANCO	DELA	39	MEALBERRY	37	MYFAMILY	2-3	SPEED GREAT	1
		DORADO	49	MISTER PET	21, 59, 65	OVER LINE	19	VITAKRAFT ITALIA	47
		FERRZOOTECNIA	53	MONGE	55	PINETA	33		

Zampotta
PET BUSINESS

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

NOVEMBRE - N° 9

 Zampotta Magazine  328 9226601
 ZampottaMag  zampotta magazine

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, Giulia Peduzzi, Nicola Benincasa, Francesco Caruccio, Luca Scrimieri, Emilio Gerboni, Simone Longato, Filippo Giunti, Silvia Marini, Assunta Incarnato, Giuseppe Di Domenico, Lorena Quarta, Linda Sartini, Gianni Ravazzi, Alessandro Mancini, Valerio Zupo, Luciano Di Tizio

Direzione e Redazione

Vimax srl, Via Rezzonico 23 - 22100 Como
tel. 031301059 - fax 031301418 - info@zampotta.it

Segreteria di Redazione

valeria.longhi@zampotta.it

Produzione grafica

Anna Lioce

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
rwartell@writeme.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 dall'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, agristori, tolettatori, veterinari, allevatori e rappresentanti. Viene inoltre inviata gratuitamente in Italia e in tutto il mondo a produttori, grossisti, importatori, esportatori, associazioni e stampa specializzata del settore pet.

This magazine is distributed by Vimax srl to all Italian pet shops, seed shops, groomers, vets, breeders and agents. It is also sent to all Italian and foreign manufacturers, wholesalers, importers, exporters, associations and specialized press working in the pet field.

Sebbene la rivista venga inviata con abbonamento gratuito, si rende noto che i dati in nostro possesso sono impiegati nel pieno rispetto del D.Lgs 196/2003.

L'interessato potrà avvalersi dei diritti previsti dalla 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)





 **PAOLA
ACCO**
SCISSORS

Le forbici di qualità per la tua professione

www.paolaacco.com



CAT&RINA

BeNatural

LETTIERA AL TOFU

ECO FRIENDLY

TOFU CLASSICA

ANCHE 12l

CARBONE ATTIVO

TÈ VERDE



PESCA E MIELE

ORIGINE VEGETALE

SUPER AGGLOMERANTE

NEUTRALIZZA GLI ODORI

DURATA EXTRA

FACILE DA SMALTIRE NEL WC

