Come reclutare solo i migliori p.30

IN ACQUARIO / Perché salare l'acqua dolce p.110



**OTTOBRE 2020 - N° 8** 

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

## I METODI DI PAGAMENTO PER IL TUO ECOMMERCE Come scegliere il migliore

### UN SEGNO DI RESISTENZA

L'editoriale di Cristina Mandaglio

### TRASFORMA LE CRITICHE IN OPPORTUNITÀ

Sfruttandole per aumentare i clienti

L'ACCELERAZIONE
TELEMATICA DEL FISCO
modifica il rapporto con il contribuente?

 Per la massima attenzione alle abitudini e ai diversi stili di vita







LA NUTRIZIONE PER CONDIZIONE DI VITA HA UN UNICO SCOPO: SODDISFARE I FABBISOGNI DEL GATTO, DURANTE IL CORSO DI TUTTA LA SUA VITA.

Unica è la classificazione fisiologica durante tutte le fasi di vita del gatto ed è altamente specifica nella selezione e nella soddisfazione dei loro fabbisogni.









risposta nutrizionale id II LIFE STYLE pr





CONNUBIO OTTIMALE TRA APPETIBILITÀ GARANTITA E SODDISFAZIONE AUTENTICA DEL GATTO.



### NTENTA ANCHE I GATTI PIÙ DIFFICILI NDE APPETIBILITÀ NATURALE

#### VERA INNOVAZIONE DELLA LINEA:

leale per lo stile di vita del gatto, perfettamente conviviale con quello del proprietario. esta la massima attenzione alle abitudini e ai diversi stili di vita.





# **BEST** PREMIUM BEST **BUDGIES**

STICON

**E** 



Disponibile in confezioni da 1 kg e 3 kg

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



Alimenti umidi completi, funzionali e appropriati alle inclinazioni fisio-patologiche più frequenti che si manifestano durante la vita dei cani.

- ♦ Unica fonte di proteine animali.
- ♦ Unica fonte di carboidrati.
- ♦ Unica fonte di grassi vegetali.
- ♦ Altamente appetibile e digeribile.
- ♦ Assenza di glutine.





### UNICA CLASSE®

#### NUTRI-SIZE/LIFE SUPERPREMIUM

L'alimentazione ricca di nutrienti essenziali, per un'esperienza sensoriale unica. Alimenti con ingredienti animali esclusivamente dalla filiera umana, privi di sottoprodotti e scarti.

- Pregiate selezioni di ingredienti animali.
- Senza conservanti, aromatizzanti artificiali e coloranti.
- Non testato su animali.

ORA
COMPLETA LA SCELTA;
NUOVE BONTÀ NATURALI
con veri pezzi di carne

per cani e gatti

Bontà naturali per cani e gatti golosi

### UNICA NATURA

NATURAL SUPERPREMIUM REAL FOOD

Prelibatezze con autentici tagli scelti di carne e pesce, altamente selezionati in preziose varianti di gusto.

- ♦ Ingredienti realmente visibili.
  - Lenta cottura a vapore con brodo di carne o pesce.
    - ♦ Senza conservanti, aromatizzanti artificiali e coloranti.
      - Ricette senza glutine.













#### SONO IN NYLON, SONO INTELLIGENTI, SONO CONNESSI... SONO 100% MADE IN ITALY

MyFamily innova il settore delle pettorine, dei collari e dei guinzagli in nylon puntando sul design, ma soprattutto sulla tecnologia. Nascono prodotti mai realizzati prima, capaci di dialogare e interagire con le persone attraverso l'App memopetID, facile da utilizzare tramite smartphone. L'obiettivo è dare più sicurezza a ogni pet e creare nuove possibilità di monitoraggio interattivo a chi desidera sapere tutto del proprio amico a quattro zampe.

#### Collari e pettorine memopet: i dati anagrafici e sanitari sempre con lui.

Ogni collare o pettorina memopet è una vera banca dati. In caso di bisogno, infatti, le informazioni utili dell'animale sono disponibili tramite lettore NFC e App. Attraverso l'App memopetID è possibile caricare e aggiornare tutti i dati anagrafici e sanitari dell'animale.





























# SOMMARIO



COPERTINA

"in evidenza"

Classe da vendere per essere unici

(Gheda Mangimi)

6



**OTTOBRE 2020 - N° 8** 

**EDITORIALE** 

di Cristina Mandaglio

Un segno di resistenza



#### **CANI & GATTI**

**70** Nuovi sapori dalla Baviera (Rebo)

72 Tessuti hi-tech e fiocchetti colorati (Farm Company)

74 Una super linea col 65% di vitalità in più (Monge)

76 Ottieni subito una rifinitura perfetta (ltalsystem)

Perché i carnivori non sono tutti uguali (Life Petcare)

#### **PICCOLI MAMMIFERI**

80 Corretta alimentazione = benessere (Chemi-Vit)

La prima medaglietta che aiuta il tuo marketing

(Petitamis)

Testato da 850 pet del nostro VIP Club (Agras Pet Foods)

**E se il pelo è sporco? Nessun problema** (Heiniger)

Metti la bontà in mano al proprietario (Vitakraft Italia)

Aggiungi acqua ed è pronto come fatto a casa
(Vema Petfood&Care)

**94** Certificazioni di cui vantarsi

(Mister Pet)

96 Super amico delle vie urinarie del gatto (Dorado)

98 "Non ci ha fermato neanche l'alluvione" (Bama)

114 È autunno: continuo con gli antiparassitari?

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

Scenose e redditizie: le Echinodorus di A. Mancini

Perché salare (anche) l'acqua dolce di V. Zupo

#### **UCCELLI**

117 Il cardellino: variopinto e dal canto inconfondibile

di G. Ravazzi

#### **RUBRICHE**

104 La voce di...

106 Negozio del mese

122 Bacheca

124 Contatti

128 Inserzionisti

#### **BUSINESS**

10 Pet shop On line

18 Business Semplice

24 Contabilità Pratica

30 Gestione dei Collaboratori

34 Video Marketing

38 Comunicazione di crisi

46 Fotografia Semplificata

50 Consigli Giuridici

56 Pubblicità & Marketing

62 Tecniche di Vendita

**66** Social Media Marketing





#### l'editoriale di CRISTINA MANDAGLIO



# UN SEGNO DI RESISTENZA

d autunno appena iniziato, il passo dei giorni che ci separano dalla fine dell'anno non mostra segni di rallentamento. Con mesi di esperienza alle spalle, i pet shop che hanno investito in preparazione e pratica all'inizio, si sono abituati a organizzare il lavoro secondo la "dura legge del COVID", con tutti i limiti operativi che questo comporta.

Per loro, la sfida è diventata: "Come possiamo sostenere tutto questo, probabilmente per molti mesi ancora, fino a quando non ci sarà permesso finalmente di tornare alla normalità?"

Sebbene l'importanza di non far avvertire ai clienti il minimo disagio sia una priorità indiscutibile, stiamo assistendo a una tendenza da parte di chi lavora a dimenticare – secondo me – il fattore più importante del 'Tenere duro e andare avanti' durante un'emergenza prorogata, chissà fino a quale data. E cioè far sapere alla gente che le cose vanno davvero ancora bene!

Basta guardare come hanno reagito conoscenti e amici durante il lockdown.

La maggior parte della gente è stata bravissima ad adattarsi, e in qualche modo è riuscita a non fermarsi e a lavorare lo stesso, anche se in molti (io per prima) abbiamo dovuto faticare un po' per riuscire a concentrarci, tra gli spari di un figlio che gioca a Fortnite e il miagolare di un gatto affamato in sottofondo.

Ma altri sono crollati nel corpo e nello spirito.

Lo stesso vale per i tuoi clienti, colleghi e partner commerciali come aziende e fornitori. Molte attività hanno trovato il modo di far funzionare le cose lo stesso, mentre per altre non c'è stata altra scelta se non quella di limitare i servizi o addirittura chiudere definitivamente la serranda.

Questo ha creato molti problemi e preoccupazioni alle persone che erano abituate e avevano piacere di servirsi di quel negozio, ditta o ufficio che fosse.

"Chissà se sarà ancora aperto dopo il lockdown..." è un pensiero ricorrente nella testa di tutti noi, ormai.

Lascia che ti chieda una cosa: quando è stata l'ultima volta che hai inviato un messaggio whatsapp o una email ai tuoi clienti in cui semplicemente gli dici che state tutti bene, che state tenendo duro e che avete fiducia che il vostro team in negozio riuscirà sempre a servirli e soddisfarli al meglio, qualunque cosa succeda? È un gesto molto semplice, ti bastano due righe, ma è un'azione intelligente che vale molto di più dell'investimento di tempo che richiede.

Probabilmente lo hai fatto i primi tempi, un po' per rassicurare la clientela ma anche per motivare te stesso e ripeterti che non avresti mollato, ma personalmente credo sia necessario continuare a far sapere ai clienti, soprattutto a quelli che non vedi da più tempo e che non hanno notizie di te, che il tuo pet shop è esattamente dove lo hanno lasciato pronto ad accoglierli.

Viviamo tutti ancora nell'incertezza e fare azioni che aiutino a mantenere alto il livello di fede, calore e fiducia che i clienti hanno verso di noi, potrebbe essere la migliore assicurazione per passare indenni attraverso qualsiasi altra situazione di crisi.

Per quanto ci riguarda, ciascun nuovo numero di Zampotta Pet Business che ti raggiunge in negozio ogni mese è il nostro personale segno di resistenza alle difficoltà che questa emergenza ha creato e potrebbe ancora creare.

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



# Classe da vendere per essere unici

Alimenti superpremium irresistibili per ogni gatto che non possono mancare nel tuo pet shop per soddisfare i clienti più esigenti

Per i proprietari di gatti più difficili da accontentare alla ricerca di alimenti di grande appetibilità naturale mirati alle effettive necessità del loro beniamino, la grande famiglia *Unica* di Gheda Petfood allarga la sua offerta di prodotti di fascia superpremium, con la nuova linea *Unica Classe*.



GHEDA MANGIMI SRL tel. 038632677 fax 038632664 www.gheda.it info@gheda.it





Dopo il lancio a luglio della gamma dedicata

ai cani - e sulla scia dell'immediato consenso ricevuto - ora è disponibile *Unica Classe* anche per i gatti.

Chiaramente i caratteri distintivi della linea, ispirata alla filosofia nutrizionale fisiologica, sono stati mantenuti, basata su risposte mirate ai fabbisogni legati alle varie condizioni che si pos-

sono presentare durante la vita dell'animale e al suo specifico stile di vita influenzato dall'ambiente antropomorfo in cui vive insieme al suo proprietario e alla sua famiglia. Come far apprezzare agli animali dei tuoi clienti questi benefici? Semplice! Realizzando alimenti assolutamente irresistibili per un'esperienza sensoriale unica.



#### Una risorsa importante per il pet shop

*Unica Classe* trova la propria collocazione ideale esclusivamente nel punto vendita specializzato, ambiente in cui sviluppa notevoli risultati di vendita, completando la copertura assoluta del segmento superpremium con la famiglia vincente *Unica (Gemma – Natura – Classe)*. Le caratteristiche attrattive della gamma espresse dal packaging chiaro ed efficace motivano il cliente all'acquisto e lo guidano nella scelta corretta soddisfacendo a pieno le sue aspettative e i suoi bisogni. Per questo, l'adozione della linea assicura margini rilevanti per il rivenditore e gli strumenti di marketing messi a disposizione da Gheda Petfood associati all'altissima appetibilità



degli alimenti garantiscono rotazioni a scaffale molto rapide, fidelizzando il cliente che non vorrà cambiare idea.

#### **Sensorial experience**

Questi alimenti si distinguono per l'elevatissima appetibilità, come certificato dalla risposta dei gatti stessi in termini di preferenza e consumo spontaneo continuativo, ma lo fanno con assoluta classe senza ricorrere a nessun tipo di stratagemma artificiale, come ad esempio gli aromi. In poche parole, il massimo dell'appetibilità e del gusto senza trucchi: il segreto? Solo ingredienti sani ben lavorati. Come per gli alimenti *Unica Classe* per cani, le note carnee del gusto, che si sprigionano e sono percepibili anche dalle persone, scaturiscono infatti dalla combinazione degli ingredienti utilizzati e dalla particolare preparazione messa a punto nelle cucine Gheda Petfood. È un impegno etico da parte del brand saper trovare il connubio ottimale tra l'appetibilità estrema e l'assoluta sicurezza alimentare, senza ricorrere a espedienti.



L'esperienza sensoriale unica derivante dal consumo dell'alimento non può comunque prescindere dall'esclusione dei coloranti, che andrebbero a mascherare l'aspetto organolettico del prodotto. La colorazione naturale dei croccantini è determinata dalle sole materie prime e attesta l'assoluta trasparenza del prodotto.

#### Sistema nutrizionale di prima classe

Il profilo nutrizionale è elevato, per una fisiologia di alto livello.

Questo trattamento di prima classe è indispensabile per potersi definire una linea di fascia superpremium, basata su elementi riconoscibili e oggettivi.

Il primo principio cardine è rappresentato dalle proteine animali selezionate come primo ingrediente, in base alla specificità: pollo, anatra, agnello, tonno, trota o salmone.

Ogni prodotto inoltre è arricchito da riso integrale, che si distingue per la digeribilità del suo amido, ma allo stesso tempo per un indice glicemico contenuto rispetto al riso lavorato, tutelando la natura e la salute del gatto.

La linea si compone di prodotti studiati in base alla condizione del gatto, che considera i fabbisogni della sua vita seguendo i possibili stati fisiologici.



Seguendo la filosofia nutrizionale basata sullo stato fisiologico, prima di tutto è importante dividere la fase di crescita (*Growth Condition*) dall'età adulta di gatti che vivono prevalentemente all'interno delle mura domestiche (*Indoor Condition*). Inoltre il processo di senescenza richiede speciali attenzioni, disponibili nella sezione *Special Care Condition*, che suddivide l'invecchiamento in varie fasi. Infine la specifica sezione *Lovely Care Condition* è dedicata ad alimenti calibrati in base alle esigenze di gatti sterilizzati.

Il profilo nutrizionale comune a tutti i prodotti si pone l'obiettivo di rispettare a pieno gli stati fisiologici affinché il gatto goda di perfetta salute in ogni età, condizione o stile di vita.





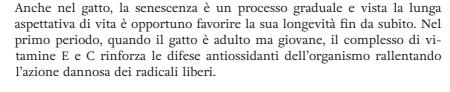
Ogni prodotto pertanto contiene elementi nutrizionali specifici, che supportano le normali funzioni dell'organismo svolgendo la propria azione. Durante la crescita è importante apportare attraverso gli ingredienti taurina e acidi grassi Omega 3, essenziali per il corretto sviluppo del cervello e degli occhi.



Per i gatti che vivono per lo più in casa, la yucca risulta molto utile per rendere più gradevole la lettiera, controllando l'insorgenza di possibili cattivi odori.



In caso di animali esigenti in fatto di gusto, è necessario che il sapore dei croccantini sia rinforzato, per soddisfare il loro appetito capriccioso.







Nella fase successiva, quando il gatto è ormai maturo, oltre a favorire la longevità con il complesso antiossidante, è meglio moderare opportunamente anche l'apporto di fosforo, per tutelare la funzionalità renale.

Quando infine il gatto entra nell'età senile, per offrirgli il massimo del comfort, è necessario aggiungere a tutto l'insieme la consistenza ideale, che faciliti la masticabilità dell'alimento, in modo da favorirne l'assunzione e la digestione.





In caso di sterilizzazione invece, il normale metabolismo del gatto subisce una serie di cambiamenti, che predispongono all'aumento del peso corporeo per la deposizione di grasso. La carnitina è molto indicata in questo caso, facendo da brucia grassi naturale, evitandone l'accumulo nelle riserve corporee.

#### Differenti per stile di vita

Ma la vera innovazione di *Unica Classe* è la risposta nutrizionale calibrata sullo stile di vita del gatto, determinato dalla convivenza con il proprietario. Pur condividendo il medesimo stato fisiologico, i gatti conducono differenti stili di vita in virtù dell'ambiente antropomorfo che li circonda. La casistica è ampia.



Partiamo dai cuccioli: i gattini hanno particolare bisogno di respingere gli attacchi esterni con le proprie difese naturali e i loro proprietari sanno molto bene quanto sia importante stimolarle.



I gatti particolarmente vanitosi più dediti alla cura del loro aspetto fisico, potrebbero dedicare molto tempo alla propria igiene personale ed essere predisposti alla formazione dei boli di pelo. È giusto che i tuoi clienti si preoccupino della loro gestione, curando anche la salute delle vie urinarie, soprattutto in caso di animali particolarmente sedentari o in età.









Per gatti estremamente pigri l'ideale è un alimento leggero per mantenere la forma fisica ottimale: è risaputo infatti che tendono a ingrassare e i proprietari si preoccupano di mantenerli tonici.

Proprietari molto apprensivi potrebbero invece essere particolarmente sensibili alla cura di cute e mantello, mettendoci la stessa attenzione che avrebbero per se stessi.

Ci sono poi i proprietari legati ai gatti più esigenti, che desiderano solo coccolarli e viziarli in tutto, evitando sempre qualsiasi situazione che possa provocare loro dello stress.

#### **CLASS ACT TO BE UNIQUE**

Super premium and irresistible food for all cats, a must for your demanding customers

Dedicated to demanding cat owners looking for naturally-palatable food products suited for the specific needs of their pet: *Unica* family by Gheda Petfood broadens its super premium range with new *Unica Classe*.

After the launch of the dog range in July and its immediate popularity, *Unica Classe* is now available for cats as well.

The distinguishing features of the line, inspired to the physiologic nutritional philosophy, have been preserved: the line provides specific solutions to the specific conditions pets experience in their life, according to life stages and to the environment they live in.

How can your customers' pets enjoy such beneficial effects? With totally irresistible food for a unique sensorial experience.

#### IMPORTANT CHANCE FOR SPECIALIZED SHOPS

Unica Classe is dedicated to specialized shops, ensuring relevant selling results. The line completes the super premium segment with Unica (Gemma – Natura – Classe) successful family. The extraordinary features of the range are reflected by the packaging, clear and effective: they drive customers' purchase and help them choose the right product, fulfilling their expectations and needs. That is why the line ensures relevant profits for retailers; moreover, 6heda Petfood marketing tools and the elevated palatability of products guarantee fast shelf rotation: gain the loyalty of customers.

#### SENSORIAL EXPERIENCE

The products stand out for their elevated palatability, as shown by cat preference and constant spontaneous consumption. However, they do not contain artificial flavourings: extreme palatability and flavour are guaranteed without cheating. The secret? Healthy and well-processed ingredients. Just like *Unica Classe* dog food, the flavour of meat (perceived by humans as well) results from the ingredients and the special processing by Gheda Petfood. The ethical efforts of the brand focus on the perfect combination of extreme

The ethical efforts of the brand focus on the perfect combination of extrein palatability and absolute nutritional safety, without any trick.

The unique sensorial experience also requires no colouring agents, since they would mask the organoleptic appearance of the product. The natural colour of kibbles is ensured by raw ingredients only, to prove the complete product transparency.

#### FIRST-CLASS NUTRITIONAL SYSTEM

The nutritional profile is elevated to ensure high-quality physiology. The first-class treatment is essential for a super premium line based on recognizable and actual elements.

The first principle focuses on selected animal proteins as first ingredient, according to the requirement: chicken, duck, lamb, tuna, trout or salmon. Each product is also supplemented with whole rice: extremely digestible starch and lower glycaemic index compared to white rice. This preserves the nature and health of cats.

The line features products developed to suit cats' condition according to life

physiological stages.

Following the nutritional philosophy based on phisiological condition, it is important to divide the *Growth Condition* from adulthood of cats living mainly indoor (*Indoor Condition*). Moreover, ageing also requires special attention (*Special Care Condition*). The special *Lovely Care Condition* is dedicated to the needs of neutered cats.

The nutritional profile of all product aims at respecting the physiological condition of cats ensuring health at all ages, conditions or lifestyles. Each product contains specific nutritional ingredients that support the traditional functionality of the organism.

During growth, taurine and omega 3 fatty acids are essential for the correct development of brain and eyes.

For cats living mainly indoor, yucca is recommended to reduce excrements' foul odours.

In case of demanding pets, kibbles with stronger flavour meet their whimsical appetite.

Ageing is a gradual process in cats as well: given their long life expectancy, it is necessary to support their longevity since the beginning. The mix of vitamin E and C strengthens the antioxidant defences of young adult cats, slowing down free radicals.

Besides providing the longevity with the antioxidant mix, mature cats also require moderate intake of phosphorus to preserve their renal functionality. To provide senile cats with the utmost comfort, it is necessary to add the ideal texture to support chewing, ingestion and digestion.

In case of neutering, cats' average metabolism is altered and tends to gain weight because of fat deposits. Carnitine is a natural fat burner, thus avoids fat deposits.

#### DIFFERENT LIFE STYLES

The real innovation of *Unica Classe* is the nutritional combination balanced after the pet's life style, affected by the cohabitation with pet owners. Cats with the same physiological condition might still have different life styles according to the environment they live in.

There is a broad variety.

Kittens need to repel external agents with their natural defences and pet owners know the importance of stimulating their immune defences.

Vain cats might spend a long time in taking care of their personal hygiene, with increased hairballs. Your customers have to take care of hairballs removal as well as the urinary health, especially in case of sedentary or senior cats.

Lazy cats need light food to preserve their ideal weight: they tend to gain weight and owners try to keep them fit.

Anxious owners might be sensitive and very attentive to the care of skin and coat.

Moreover, there are owners willing to pamper their demanding cats, trying to avoid any situation that might cause distress.



da usare per il tuo eCommerce

FRANCESCO CARUCCIO

L'argomento "metodi di pagamento" nasconde molte insidie, vediamo insieme come scegliere il migliore per il tuo shop on line

metodi principali per pagare on line in Italia ad oggi sono:

- bonifico bancario
- pagamento alla consegna
- PayPal per carta di credito e credito PayPal
- carta di credito con Stripe
- il metodo Bonus

Partiamo dai due più "moderni": Stripe e PayPal.

Sono due sistemi simili, non uguali: entrambi permettono di pagare inserendo i dati della carta di credito, ma PayPal offre delle funzionalità in più.



#### **PAYPAL**

Usando PayPal l'utente potrà pagare con:

- il suo credito PayPal;
- prelevando i soldi dal suo conto bancario (questa funzionalità si chiama e-wallet, portafoglio elettronico);
- collegando automaticamente una carta di credito al proprio account Paypal.

Inoltre quando scegli un metodo di pagamento, devi tenere conto che PayPal è molto conosciuto, in Italia ormai è presente da una















#### Scopri l'assortimento completo!



















#### Pet shop On line

quindicina di anni, ed è considerato un sistema affidabile e sicuro, quando in realtà nasconde delle grosse insidie per il negoziante.

Per come è strutturato, PayPal è sostanzialmente uno strumento che tutela molto chi acquista, ma molto poco, se non nulla, chi vende.

Non sono poi così rari casi di truffa, semi-truffa o azioni anche se fatte in buona fede che danneggiano i margini e gli incassi del negoziante.

Il compratore, in caso di problemi con l'acquisto, può effettuare una richiesta di rimborso a PayPal. I motivi possono essere i più svariati:

- non gli è stato erogato il servizio;
- non gli è arrivato il prodotto;
- gli è arrivato danneggiato;
- il tutto sempre sulla base della buona fede del compratore.

In sostanza PayPal non fa reali controlli sul cliente, o comunque pochi, blandi e poco approfonditi.

Questo per fornire all'utente finale la migliore esperienza possibile, un po' come fa Amazon, gettando tutto il peso dei resi e rimborsi sulle spalle di chi vende.

Anche se le dichiarazioni del cliente non sono veritiere, tu negoziante hai già spedito un prodotto, hai già pagato il corriere, hai pagato la merce al tuo fornitore e magari ti vedi anche truffare in questo modo: la persona ha avuto il rimborso, mentre tu hai dovuto ridare i soldi indietro e ci hai persino rimesso.



#### **COME RIDURRE O EVITARE I PROBLEMI DEI RIMBORSI CON PAYPAL**

A molti negozianti capita di doverlo eliminare definitivamente dai propri metodi di pagamento, proprio per queste problematiche.

Certo bisogna stare molto attenti al target della propria promozione e in ultima analisi, a come si realizzano le tue campagne di marketing e pubblicità.

Si rischia di attrarre le persone sbagliate oppure di diffondere un messaggio sbagliato nelle pubblicità, ed essere quindi tu il primo "generatore" di controversie e problematiche.

Diciamo così: più tu ti rivolgi ad un pubblico vasto che non ti conosce, più c'è possibilità che tu possa incappare in persone che cercheranno di truffarti o non capiranno bene il prodotto.

Quindi da questo punto di vista, PayPal non è un granché, in quanto in un'eventuale controversia tutela più loro che te.

C'è da dire però che PayPay per il grande pubblico è uno strumento molto conosciuto e quindi ti dà una certa autorevolezza, ti conferisce una certa affidabilità ai loro occhi.

Le persone si fidano a pagare con PayPal e quindi questa è l'altra faccia della medaglia: devi capire costi e benefici e testarlo.

#### **STRIPE**

Il secondo strumento di cui voglio parlarti è Stripe.

Anche se a prima vista potrebbe sembrarlo, non è un clone di PayPal. Principalmente perché non permette di fare tutte le cose che puoi fare con PayPal.

Stripe serve a pagare con carta di credito; va utilizzato spesso come strumento aggiuntivo a PayPal, non sostitutivo.



Ma perché dovrei usare Stripe come metodo aggiuntivo per la carta di credito e non rimpiazzare totalmente PayPal, visto che mi potrebbe dare tutti questi problemi?

Beh intanto perché Stripe è meno conosciuto, quindi il tuo pubblico potrebbe escluderti a priori. Se si fidano di meno, di conseguenza venderai di meno, se non hai un metodo più conosciuto per "convincere" anche i più dubbiosi.

Se non hai PayPal, è matematico che ti priverai di alcune vendite. Quindi Stripe va aggiunto per chi da prima conosce questo servizio oppure per chi già è tuo cliente e si fida di te e decide di fare un ulteriore sforzo di fiducia.

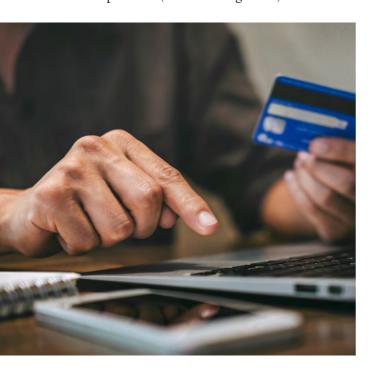
#### **PAYPAL VS STRIPE**

Vediamo quindi alla fine quali sono le principali differenze tra questi due metodi:

- PayPal nasce con lo scopo di servire i commercianti, ma ha meno strumenti per gli sviluppatori.
- 2 Al contrario, Stripe nasce proprio in ottica di sviluppo e programmazione, per questo ha più strumenti tecnici per chi realizza da zero un sito e ha particolari esigenze.
- 3 PayPal ha una logica in caso di controversie che pende sempre verso il consumatore. I commercianti hanno quasi sempre torto, anche a volte in caso di palese truffa o comportamento scorretto da parte del cliente.
- 4 Le tariffe a oggi sono state praticamente allineate e non sussistono differenze significative. Diverso è il discorso di quando il volume degli affari aumenta: si può rinegoziare privatamente la tariffa standard.
- **5** Facilità di utilizzo: PayPal vince a mani basse. Stripe nasce per gli sviluppatori e questo rende la piattaforma leggermente più tecnica e, di conseguenza, difficile da usare per chi sia alle prime armi.

Alla fine la differenza la fa la conoscenza del proprio target e l'esperienza diretta sul campo.

Scegliere PayPal o Stripe non è necessariamente un aut aut. È possibile (a volte consigliabile) tenere entrambi i sistemi.



#### QUANDO E COME UTILIZZARE IL BONIFICO BANCARIO (NONOSTANTE LA LENTEZZA)

Il bonifico bancario è un metodo ancora discretamente utilizzato, in Italia.

Senza conoscere la tua situazione specifica, non ti consiglio di eliminarlo del tutto, ma piuttosto di studiare il tuo target e capire se ha senso adoperarlo, nonostante i tempi di gestione del pagamento.

La regola è: se le tue transazioni sono molto alte, diciamo di almeno qualche centinaio di euro, il bonifico bancario può essere una valida alternativa o soluzione aggiuntiva.

Se poi la velocità di consegna non è fondamentale nel tuo settore, sei a cavallo: bonifico bancario va bene.

Per risolvere il problema della lentezza, esistono varie soluzioni tra cui Sofort, che è un bonifico bancario istantaneo. Questi sistemi

#### Pet shop On line

non sono ancora molto diffusi a causa della complessità di utilizzo: una grafica non proprio semplice e molti passaggi da fare sono elementi che giocano a loro sfavore. Ma miglioreranno con il tempo.

#### PERCHÉ DOVREI USARE IL PAGAMENTO ALLA **CONSEGNA?**

L'ultimo metodo di pagamento è il pagamento alla consegna.

Ti consiglio assolutamente di testarlo e non escluderlo a prescindere, perché potrebbe essere un ottimo veicolo per le vendite.

Dipende chiaramente anche da quale sia il prodotto in vendita.

Ad esempio se hai buoni margini, puoi "permetterti di avere qualche problema", cioè metti in conto come "costo aziendale" che qualcuno ti rimandi indietro la merce. Qualche disguido che ti fa perdere poche decine di euro per delle spedizioni non correttamente avvenute che non hanno incassato il contrassegno. Ci può stare, se hai i numeri per assorbire questi disguidi.



Se al contrario i tuoi margini sono molto risicati, forse devi stare molto più attento.

Ad ogni modo, il consiglio che ti do è quello di testare il pagamento alla consegna e non escluderlo a priori, soprattutto se ti rivolgi a un pubblico nuovo, che ancora non ti conosce e quindi è ancora diffidente verso il tuo prodotto.

#### IL PROBLEMA DELL'AUTOREVOLEZZA ON LINE

Per esempio, per un mio cliente che vende un integratore alimentare ancora sconosciuto abbiamo realizzato delle pubblicità su Facebook.

Le vendite vanno bene, molte prevedono il metodo di pagamento alla consegna.

Il motivo è chiaro: sono persone che non ci conoscono, che hanno sentito parlare (oppure hanno subito in prima persona) truffe, disservizi e problemi con prodotti acquistati su internet e sono molto diffidenti.

Sapere di pagare solo nel momento in cui il corriere ti bussa alla porta è rassicurante e li fa sentire più a loro agio nel fare un ordine on line, quindi aumenta le vendite.

#### La scelta del metodo di pagamento è correlata al livello di autorevolezza del brand sul web

Un pubblico neofita vuole vedere la merce arrivare a casa prima di tirar fuori dei soldi, perché ha sostanzialmente paura delle truffe, del fatto di pagare qualcuno che poi potrebbe scomparire.

Purtroppo questa cosa succede spesso, è successa anche a me. Qualche tempo fa ho acquistato on line per un'amica, poco avvezza al web. Questa persona aveva appena adottato un cane dal canile, e voleva accoglierlo con uno di quei maxi cuscini super morbidi, che fanno sentire tanto amorevoli i proprietari di cani, che così li coccolano e li rendono dei piccoli re.

Insomma, questa persona mi indica il sito e io procedo.

Non faccio verifiche, non vedo se usano metodi di pagamento che mi tutelano (come PayPal) e non controllo le recensioni. Alla fine il pacco tarda ad arrivare. Li contatto più volte, ma l'azienda è sparita nel nulla e non ha mai risposto. Ho pagato per una cosa che non mi è mai arrivata.

Quando si parla di diffidenza: le persone hanno paura di questo specifico tipo di truffe. Quindi essere autorevoli on line è una cosa importantissima e i metodi di pagamento possono accentuare o diminuire questa sensazione di sicurezza, attenzione.



# NATURALINSTINCT

NEW



# HOLISTIC NUTRITION HIGHLY FRESH MEAT

Natural ingredients that respect the evolutionary origin of dogs and cats

100%

70 % | ANIMAL ingredients 30% VEGETABLES herbs and fruits



#### Pet shop On line

#### IL METODO BONUS: PERMETTERE AI TUOI CLIENTI COMODI PAGAMENTI RATEALI

L'ultimo metodo di pagamento di cui voglio parlarti è un bonus non previsto, che credo prenderà sempre più piede in futuro.

Esistono in realtà già molti modi di pagare a rate un prodotto o un servizio.

Amazon in questo ha fatto scuola, sta testando anche in Italia - ormai da qualche mese - il pagamento rateale, per prodotti sopra una certa soglia di prezzo.

Come funziona il pagamento a rate online?

Semplicemente dai la possibilità ai tuoi clienti di pagare in comode rate.

Le aziende che forniscono questo servizio differiscono molto l'una dall'altra, nella modalità di proposta.

#### 1 Le finanziarie a cui appoggiarsi

La più classica è il metodo "paga a rate con Findomestic".

Findomestic ed altre finanziarie classiche simili, sono delle aziende che ci mettono nella migliore delle ipotesi qualche giorno a darti il responso del successo o del fallimento della richiesta di finanziamento.

Quindi anche qui sussiste purtroppo lo stesso problema del bonifico: che ti allunga tantissimo i tempi di consegna. Aspettare quattro/ cinque giorni (se non di più) per avere una risposta dalla finanziaria per il cliente è una cosa abbastanza frustrante.

Quasi mai si comprano prodotti che serviranno tra sei mesi.

Le persone vengono a comprare le cose man mano che gli servono, per questo la velocità di consegna è tanto importante.



#### 2 Alternative alla lentezza delle finanziarie

Devi sapere che dal 2017/2018 se non ricordo male, grazie una legge dello Stato, sono state liberalizzate molte delle informazioni che prima erano ad esclusivo uso e consumo delle banche tradizionali.

Nel mercato questo si è tradotto nella nascita di un sacco di società, le cosiddette "Fintech" (che sta per Financial Technology) che hanno potuto avere accesso a una mole di dati enorme, con cui hanno creato dei servizi che prima non esistevano o erano appannaggio esclusivo del circuito bancario classico.

Queste nuove società permettono di inserire nel tuo sito e-commerce un metodo di pagamento rateale con estrema facilità.

Esistono due tipi di Fintech: il mio consiglio è di valutarle molto bene e scegliere quello più adatto al tuo target.

Il primo tipo prevede il pagamento rateale reale, la persona paga a più riprese e il venditore incassa a più riprese.

Facciamo un esempio.

Tu acquisti su un sito eCommerce e paghi cinquecento euro di prodotti e decidi di pagarlo in quattro comode rate da  $125 \in$ .

Se il sito dal quale acquisti usa una Fintech del primo tipo, il negoziante incassa ogni volta che il cliente paga.

Quindi non tutto subito.

Il primo mese incassa 125 €, il secondo 125 euro e così via, fino ad arrivare alla somma totale.



Certo, so che stai pensando: questo è sicuramente un modo in più per acquisire un nuovo cliente, per fargli spendere più soldi che comunque prima o poi ti entrano in cassa.

"Meglio avere un cliente in più che uno in meno", giusto?

Ehh... non è detto.

Il flusso di cassa potrebbe risentirne, perché se "malauguratamente" il tuo sistema funziona e troppo persone usano tutte insieme questo metodo di pagamento rischi di saltare per aria.

Per questo motivo sono nate anche aziende Fintech del secondo tipo, ovvero quelle aziende che permettono di dare lo stesso servizio di pagamento rateale ma dove tu incassi subito.

Ne conosco uno in particolare, ma credo che ne nasceranno altri, è solo questione di tempo. Se pensi di volerti avvalere di pagamenti rateali, scegli una Fintech di secondo livello

Si tratta di prestiti tra privati, quindi non la classica finanziaria, ed è il sistema che preferisco.

#### Funziona così:

Il cliente entra nel tuo sito eCommerce.

Acquista una quantità di prodotti per i quali spende molto più del solito.

Sceglie di pagare a rate e sceglie anche il numero delle rate.

Il sistema fa una richiesta di prestito per l'acquisto.

In soli cinque minuti hai una risposta (al contrario dei tempi biblici delle finanziarie classiche). L'acquisto viene confermato e 5 minuti dopo parte tutta la "giostra" che muove la merce dal tuo magazzino a casa del cliente.

Quindi la risposta è velocissima perché in cinque minuti ti dicono se sei finanziabile oppure no, e tu negoziante prendi i soldi immediatamente.

Un bel vantaggio, vero? Perché c'è un sistema che dà ai finanziatori l'onere di farsi pagare dal cliente. Il finanziatore, a te che sei il proprietario del sito, ti da tutti i soldi e subito.

Se il cliente non paga, non ti chiede niente.

Tu sei in una botte di ferro.

È lui che si accolla il rischio se il cliente non paga le rate e comunque di avere un flusso di cassa peggiore.

Anche PayPal si sta muovendo in tal senso, seguendo la scia delle Fintech: fornirà un servizio simile, con la possibilità di dividere il pagamento fino a quattro rate. Il tragitto è segnato.

#### **CONCLUSIONI**

Per concludere facciamo un piccolo riepilogo, per scegliere i migliori metodi di pagamento per il tuo sito eCommerce è necessario analizzare di volta in volta la situazione, occorre sempre testare questi metodi di pagamento per vedere se sono adatti al tuo pubblico (come per esempio il pagamento alla consegna), e abbiamo visto che ci sono molte soluzioni che ti permettono di offrire dei servizi aggiuntivi, come il pagamento rateale.

Il mio consiglio è quello di andarti a scaricare il report gratuito che ho messo a disposizione nel mio sito (segretiecommerce.it), alla voce "Scarica report metodi di pagamento" e lo riceverai gratuitamente, completo.

Al prossimo numero!



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.



e trasforma le critiche in opportunità inesplorate

CRISTINA MANDAGLIO

#### Come accogliere le lamentele e sfruttarle con astuzia per aumentare i clienti

ul lavoro e nella vita, ognuno di noi si confronta con persone disturbate, dispiaciute, deluse o molto arrabbiate. Queste persone non perdono mai l'occasione di lamentarsi, e non mancano mai di farci sapere dove abbiamo fallito, dove siamo stati troppo questo o troppo poco quest'altro ai loro occhi, dove non abbiamo fatto abbastanza, come li abbiamo offesi, danneggiati o feriti.

Sono i cosiddetti "haters" (hate=odio in inglese).

Possono avere intenzioni diverse, possono venire in negozio a lamentarsi mettendoti in imbarazzo con gli altri clienti o commentare in modo orrendo sulla tua pagina Facebook aziendale, ma sono sempre più numerosi e rumorosi.

#### E questa è un'ottima notizia.

Da questo mese scriverò una serie di articoli dove scoprirai che questa ascesa degli haters è un'enorme opportunità per il tuo pet shop, come per ogni altra impresa di ogni tipo e dimensione.

L'ho visto in prima persona, notando come brand grandi e piccoli riescono a gestire le lamentele e a volte gli insulti di questi odiatori compulsivi ricavandone dei vantaggi.

Il reclamo è un'opportunità per capire cosa non va nel tuo lavoro: è davvero la voce del cliente

Le imprese oggi sono più competitive che mai, in ogni occasione e in ogni maniera, e differenziarsi dalla concorrenza è difficilissimo, perché i concorrenti possono sempre vendere i tuoi stessi prodotti e abbassare un po' i prezzi.





# È COMPLETO, È GIÀ COTTO, È FRESCO!



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

LE PUOI TROVARE NEGLI APPOSITI FRIGORIFERI.

Cerca sul sito: www.freskissimopetfood.it il punto vendita più vicino.



\*La linea Freskissimo Cane è stata eletta Prodotto dell'Anno 2020. Ricerca PdA©/IRI 01/2020 su 12.000 consumatori italiani. su selezione di prodotti venduti in Italia. prodottodellanno it cat. PET F00D

#### **Business Semplice**

Ma l'esperienza che i clienti hanno con te e il tuo modo di comunicare con loro sono ottime opportunità per elevarti dalla massa dei concorrenti.

Scriverò questi articoli per aiutarti a capire come trasformare il tuo personale "servizio clienti" (si tratti di un vero e proprio call center, di te o di tua moglie che accoglie i clienti in negozio o di tuo figlio che risponde ai commenti sui social) in marketing, e utilizzarlo come tuo vero vantaggio competitivo.



Potresti pensare che tutto questo a te non sia necessario. Sei già adorato e rispettato dai tuoi clienti. Dopo tutto, secondo uno studio, l'80% delle aziende ritiene di fornire già un servizio "superiore" ai clienti... peccato solo che lo stesso studio mostri che solo l'8% dei clienti concorda sul fatto che il servizio sia anche solo sufficiente.

Come ti renderai conto leggendo le pagine che scriverò, il servizio perfetto di ieri è un servizio mediocre oggi.

Ciò che anni fa sarebbe stato considerato una risposta adeguata e corretta ai reclami di rompiscatole e hater oggi è considerata una grande carenza di customer experience che può essere sfruttata dai tuoi concorrenti per portarti via clienti.

Puoi continuare a pensare di sapere già tutto quello che c'è da sapere su come si risponde alle lamentele dei clienti, soprattutto se hai a che fare coi clienti ogni giorno da moltissimi anni. E qualche anno fa, probabilmente avresti avuto anche ragione.

Il servizio clienti è cambiato poco tra l'invenzione del numero verde negli anni '70 e l'adozione della posta elettronica come meccanismo di contatto alla fine degli anni '90. Ma poi tutto è cambiato con la forza di un uragano...



La tecnologia degli smartphone e i social club, i cambiamenti sociologici e comportamentali e le accresciute aspettative dei consumatori hanno cambiato radicalmente il significato di "servizio al cliente" e quindi anche le strategie e il linguaggio per farlo.

Si può anche pensare di avere già una buona soluzione per questo genere di persone... semplicemente ignorarli. Il tuo pet shop sta andando bene. É sempre andato bene, e hai sempre usato lo stesso approccio coi clienti che creavano troppi problemi.

Perché cambiare? "Se non è rotto, non aggiustarlo" si dice.

Il fatto invece è che è proprio rotto.

È sempre stato rotto, hai solo scelto di non ammetterlo.

Pensaci per un attimo. La maggior parte delle persone è insoddisfatta di come vengono gestite le loro lamentele o arrabbiature, l'unica cosa che gli fa accettare questo stato di cose è che pure le al-





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

Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain é 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





#### **Business Semplice**

tre aziende o attività commerciali non rispondono in maniera migliore, anzi forse rispondono peggio.

Perché tutti parlano così bene del servizio clienti di Amazon? Perché sui social circolano storie e leggende sul servizio clienti di aziende mitiche che, ad esempio, sono state disposte a cambiare un articolo a un cliente che non lo aveva neanche acquistato da loro?

Perché sono diverse. E sono rare. Hanno preso l'impegno e si sono organizzate per fornire esperienze magnifiche ai clienti e riescono a differenziarsi dalla concorrenza come conseguenza di questo impegno.

Queste aziende vendono prodotti migliori o meno costosi della concorrenza? No. Ma ognuna di queste aziende e attività commerciali usa il servizio clienti come un faro per distinguersi e porsi in luce da venditori di beni e servizi simili.

#### GLI HATER NON SONO UN TUO PROBLEMA. IGNORARLI SÌ!

La tendenza di quasi tutti (me compresa, eh) è quella di allontanarsi dagli hater. Di respingere le loro lamentele come sciocchezze che non sono rappresentative della realtà.

Di fronte alla negatività delle persone, il nostro istinto è quello di "non ti curar di loro, ma guarda e passa", per citare il poeta divino, o di "non dar da mangiare ai troll", per citare la versione moderna dello stesso consiglio (troll è come vengono chiamate sui social quelle persone che scrivono solo con l'intento di scatenare polemiche).

Ma oggi questo è l'approccio sbagliato, perché in un'epoca in cui gran parte del servizio clienti è diventato uno sport con spettatori affamati di vederci sbagliare per poi correre a raccontarlo sui social o tra le recensioni della nostra pagina di Google, la scelta di rimanere in silenzio è un autogol.

#### Non rispondere è già una risposta. Una risposta che dice 'Non mi importa di te'

Puoi farlo nella vita privata, ma non è mai una buona idea non affrontare qualcuno che ha qualcosa contro di te quando si tratta di lavoro, eppure moltissime attività non lo fanno.

Ecco un esempio preso da una recensione che un simpatico signore ha lasciato a un ristorante sulla app che utilizzo io per il delivery dei pasti, una recensione che certo non ti invoglia a rispondere:

"Non capisco come si possono scambiare soldi buoni con la schifezza che consegnano questi cinesi che adesso si sono pure messi a fare la pizza. Immangiabile e fredda. Secondo me non hanno usato nemmeno il pomodoro ma qualche organo interno di un povero gatto. Mi sono vergognato anche a gettarla nel bidone della spazzatura, non vorrei mai che i miei vicini pensassero che io ordino certe porcherie marce e tossiche".

(Inspiegabilmente, su una scala di cinque stelle, questa è una recensione a DUE STELLE! Avrei una gran voglia di sapere cosa scrive questa persona quando ha un'esperienza a una stella).



In questo caso, il ristorante in questione non ha risposto al reclamo, e forse avresti fatto la stessa cosa pure tu. Non dare da mangiare ai troll, giusto?

Ma io dico che avrebbe dovuto rispondere e così dovresti fare anche tu in uno scenario simile.



Rispondere a una recensione, anche se negativa come questa, aumenta la percezione sulla tutela dei clienti e mostra a tutti che in realtà ti preoccupi dei tuoi clienti e sei disposto a metterci la faccia senza paura per rispondere.

#### ABBRACCIA CHI TI ODIA

La gente non sempre si lamenta solo per lamentarsi o fare polemica inutile, spesso ha una preoccupazione legittima, e tu devi riconoscerlo come un'opportunità, non come un problema.

Quando ricevi una cattiva recensione o qualcuno scrive una cosa pessima sul tuo servizio o i tuoi prodotti non devi pensare "Aiuto, abbiamo un problema", ma "Abbiamo l'opportunità di migliorare l'esperienza dei nostri clienti". Una cosa saggia e corretta.

Non devi avere paura dei reclami. Non solo un reclamo è un'opportunità per mostrare il tuo eccellente servizio, ma è anche un'opportunità per capire la causa alla radice di ciò che causa irritazioni del tuo prodotto o servizio. È davvero la voce del cliente.

Eliminare la paura dei reclami cambia davvero il modo in cui rispondi. In effetti, rispondere in maniera franca, aperta e corretta ai reclami è molto probabilmente la più grande opportunità che hai per mantenere i tuoi clienti e far crescere il tuo business qualunque cosa succeda.

In un'epoca in cui tutto è spettacolo, rimanere in silenzio davanti a un reclamo è un autogol

E posso dirlo non come mia opinione personale, ma come un dato di fatto, basato sull'osservazione di quello che è successo durante l'emergenza Covid-19. Ci sono state aziende e attività che hanno mantenuto il sangue freddo, senza farsi innervosire neppure dalla scarsa umanità dimostrata da quanti, tra i clienti serviti, hanno avuto il fegato di lamentarsi degli – inevitabili – disservizi.

Quello che vorrei aiutarti a capire con gli articoli che di mese in mese scriverò, sono le motivazioni reali di chi si lamenta e ti aggredisce e come capitalizzare tali lamentele.

Esploreremo esattamente perché interagire con chi ti spala fango addosso offre enormi benefici, e cosa trattiene la maggior parte delle aziende dal farlo. Impareremo a riconoscere i vari tipi di "hater", scopriremo cosa vogliono da te e come poterli gestire al meglio. Ti guiderò attraverso la risoluzione dei reclami online e vedremo quali strategie, parole e sistemi utilizzare per affrontarli uscendone con una reputazione migliore.

Imparerai davvero ad "abbracciare" i tuoi peggiori detrattori, ad accogliere le lamentele e a mantenere i tuoi clienti felici e fedeli.

In questo modo il tuo personale servizio clienti diventerà il tuo miglior vantaggio competitivo, aumentando al contempo la fidelizzazione dei clienti e i profitti del tuo pet shop.



### CRISTINA MANDAGLIO

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

cristina.mandaglio@zampotta.it



cambia il rapporto con il contribuente?

**OSCAR GIACOLETTO** 

Spinta anche dall'emergenza sanitaria, la digitalizzazione fiscale è sempre più tangibile: facciamoci trovare preparati

urtroppo il 2020, che per fortuna volge al termine, è stato un anno pieno di eventi straordinari e quindi mai come quest'anno, la frase "Ne riparliamo a settembre", è stata utilizzata senza ritegno.

Non nego di averne fatto uso "sconsiderato" io per primo.

Certo non voglio passare per il martire della situazione, ma converrai con me che: commercialisti e consulenti del lavoro, siano stati tra i lavoratori più tartassati dalla situazione che abbiamo vissuto. Il Governo sfornava decreti come un panettiere sforna pagnotte. Con la sola differenza che se il pane è buono, è un piacere sentirne il profumo e il sapore. Al contrario i decreti erano tutti scritti nel peggior burocratese mai visto e pieni di trabocchetti. Quindi definirli "indigesti" è un atto di gentilezza.

Se pensiamo poi che, ogni decreto era corposo quanto una finanziaria di fine anno, ti lascio immaginare come siamo giunti alla fine di luglio. Altro che pensare alle ferie o voler andare in luoghi di villeggiatura a rischio: tanto cari furono il letto e il silenzio per recuperare un po' di energia e lucidità.

Gli Enti hanno sfruttato chiusura e smart working per accelerare il processo di digitalizzazione

Il tempo però non si ferma, anzi sembra correre ogni giorno più velocemente e ci ritroviamo già in ottobre. In questi mesi ho interrotto la sequenza logica con cui avevo impostato la mia rubrica qui su Zampotta Pet Business.

Ho ritenuto più opportuno cercare di dare, qua e là qualche piccola indicazione su come districarsi da una situazione tanto strana quanto eccezionale.









#### **Contabilità Pratica**

#### **UN PROCESSO DI DIGITALIZZAZIONE UTILE QUANTO IRREVERSIBILE**

È però giunto il tempo di riprendere le vecchie abitudini e ripartire con il filo del discorso che si è interrotto a inizio di quest'anno. Più precisamente, con l'articolo di marzo, nel quale ti invitavo a pensare come se fossi l'Agenzia delle Entrate. Vale a dire immedesimarsi in quelli che sono i dialoghi mentali del tuo "antagonista". Questo non tanto per voler sempre e soltanto dipingere il Fisco, e lo Stato in genere, come personaggi oscuri e malvagi, ma per spingerti ad aprire la mente verso quello che è un cambio di sistema.

Proprio il lockdown ha impresso un'ulteriore accelerazione al processo che ti avevo descritto. Quindi urge cambiare marcia al tuo modo di rapportarti con il fisco il più rapidamente possibile.

Pensare una pianificazione fiscale può evitarti future battaglie legali con gli Enti

Infatti in questi mesi in cui l'Agenzia delle Entrate, l'INPS e i vari enti, per legge, hanno sospeso la notifica degli avvisi bonari e delle cartelle esattoriali, non sono di certo rimasti con le mani in mano. Anzi hanno sfruttato la chiusura degli uffici al pubblico e lo smart working per accelerare il processo di digitalizzazione.

Anche adesso che le persone possono uscire e muoversi, seppure con le varie precauzioni e restrizioni, di fatto gli Enti dello Stato tendono a comunicare con l'imprenditore e il contribuente, più in generale, per mezzo dei sistemi informatici. Tant'è che, salvo rinvii dell'ultimo minuto, si va ogni giorno di più verso l'identità digitale. Se fino ad ora l'imprenditore doveva dotarsi di posta certificata, la cosiddetta PEC, ora dovrà avere anche lo SPID. In pratica un sistema che certifica l'identità di colui che accede ai servizi pubblici. A questo punto ti starai domandando: Perché l'ennesima diavoleria di questo Stato? E poi: come si fa ad avere questo SPID?



#### L'IDENTITÀ DIGITALE E COME OTTENERLA

A prima vista può apparire una delle tante complicazioni. In realtà, una volta richiesto, si può utilizzare presso tutti gli uffici dell'amministrazione pubblica. Se fino ad ora l'Agenzia delle Entrate ha avuto i suoi codici di accesso, lo stesso dicasi per INPS e INAIL, così per tutti gli altri Enti, a partire dal 15 novembre sarà sufficiente avere SPID e si potrà accedere a tutti i servizi della Pubblica Amministrazione.

Quindi con un solo sistema di riconoscimento si accede a qualsiasi sito dell'amministrazione.

Per quel che riguarda le modalità per richiederlo ti consiglio di visitare il sito:

www.spid.gov.it

Si tratta di un sito abbastanza semplice, contrariamente al solito, ed in alto trovi un menu orizzontale di soli 4 categorie: Richiedi SPID, Dove puoi usare SPID, Domande Frequenti e Serve Aiuto?

Nella sezione Richiedi SPID puoi trovare l'elenco dei soggetti abilitati al rilascio. Si tratta di un elenco di 9 società ed Enti. Lo SPID è gratuito, però alcuni soggetti si fanno pagare per il servizio di rilascio e riconoscimento. Questa fase può essere fatta direttamente online tenendo a disposizione un documento come il passaporto (di nuova generazione) o la carta d'identità (anche questa digitale). Serve inoltre una webcam per il riconoscimento online.





# il relax è una cosa seria

... ed il tuo gatto lo sa bene

#### CURIOSITA':

I gatti sono fra gli esemplari più dormiglioni del regno animale: spendono quasi metà della loro vita a dormire, con brevi e continui pisolini. Questo ha una spiegazione evolutiva: essendo in natura predatori, hanno bisogno di ricaricare le batterie dopo (o in vista) delle loro battute di caccia. Lo stesso vale per i nostri gatti domestici, feroci cacciatori di palline di carta, topolini finti ed altri simpatici giochini.





La cuccia Pasha è l'ideale sia per i gatti che amano dormire in alto, che per quelli che preferiscono nascondersi. Piace a tutta la famiglia, anche ai cani di piccola taglia! E' completa di cuscini ed in un attimo si trasforma in comoda seduta.

Condividi le tue foto e noi le pubblicheremo!



#### **Contabilità Pratica**

Nel caso in cui tu non sia un fan della tecnologia è prevista anche la possibilità di ottenere SPID recandosi in Posta, dopo aver scaricato l'apposita App sul telefonino. In questo caso una parte la fai con il telefono e in posta farai semplicemente il riconoscimento.

Ne consegue che, tolto lo spauracchio iniziale, si tratta certamente una semplificazione. Allo stesso tempo ci obbliga a riflettere su quanto stia correndo la digitalizzazione nei rapporti tra Stato (con tutti i suoi vari Enti), cittadino e imprese: sono lontani i tempi in cui si doveva firmare il documento in un ufficio per poi portarlo a timbrare in un altro.

Questo ci riporta a tutto quello di cui ti ho parlato sin dalla nascita di questa rubrica. Vale a dire: pensare in un'ottica di programmazione aziendale sempre più urgente e soprattutto alla pianificazione fiscale. Non si può più aspettare la telefonata del commercialista che dice: "È pronto il modello F24".



Se in quel momento non si hanno i soldi disponibili equivale a dire a un fornitore strategico "non ho i soldi per pagarti la Ri.Ba.". Il fornitore strategico ci declassa e per le prossime forniture valuterà attentamente quanto rifornire e quali precauzioni prendere per i pagamenti. Stesso vale per il rapporto con Agenzia delle Entrate, INPS etc.

#### GLI ENTI E LA LORO DETERMINAZIONE NELLE BATTAGLIE LEGALI: ORAMAI, **QUANTO CONVENGONO?**

Ogni giorno si leggono articoli, sulle riviste di settore, di sentenze della cassazione che "ribaltano" sentenze di grado inferiore. Questo significa che Agenzia delle Entrate e tutti gli altri Enti non si fermano più al primo grado (Commissione Tributaria Provinciale) o al secondo (Commissione Tributaria Regionale).

Non si fanno scrupoli e arrivano sino alla Cassazione pur di vincere.

Va tenuto conto che i vari Enti, ormai, sono strutturati con uffici specifici per il contenzioso e quindi il contribuente non può più avvalersi di un professionista generico. Deve fare ricorso a chi di mestiere si occupa di contenzioso e quindi i costi lievitano.

Anche perché arrivare sino alla Cassazione, per far valere le proprie ragioni, comporta costi rilevanti.

Un imprenditore che si ritrovi con un debito fiscale, poniamo di 20 mila euro deve valutare bene il costo della lite.

Altrimenti, in caso di sconfitta, potrebbe veder raddoppiare o magari triplicare la spesa.

Quindi è ogni giorno più urgente abbandonare le dritte del 'cugino di turno' in merito al risparmio fiscale, e sedersi a tavolino, con il proprio commercialista per pianificare in modo da considerare adeguatamente il Costo Fiscale della propria impresa.

Nella speranza che non vi siano nuove sorprese in questo 2020 tutto particolare, ci rivediamo il prossimo mese.



#### **OSCAR GIACOLETTO**

Nato in un paesino sconosciuto ai piedi delle Alpi piemontesi, Oscar Giacoletto da oltre vent'anni svolge la professione di Commercialista. Alla Teoria, fine a sé stessa, preferisce la Pratica vissuta sul campo di battaglia. L'esperienza gli ha insegnato che una legge può essere interpretata in troppi modi ed è facile cadere nella trappola del "si può...", quando invece è esattamente il contrario. Ha accettato di curare questa rubrica proprio per informare e trattare in maniera semplice e diretta, così come lui è, questo argomento così ostico e odiato da tutti i titolari di partita IVA. giacoletto@giacoletto.it



# Evolution by ingredients NATURAL INSTINCT

Primordial

100% | 70% | 30%

Primordial



# HOLISTIC NUTRITION HIGHLY FRESH MEAT

Natural ingredients that respect the evolutionary origin of dogs and cats



**AnaMISTERPET** 



Le idee chiare

**MATTEO NOVATI** 

Saper selezionare solo il personale più adatto al ruolo che cerchi, può essere un assist decisivo alla crescita del tuo business

er gestire qualunque tipo di azienda, per gli imprenditori di oggi è sempre bene avere una conoscenza di marketing ed essere quantomeno in grado di leggere un bilancio. Se sai fare queste due cose, sicuramente hai già un vantaggio importante sui tuoi concorrenti; se invece puntualmente le deleghi in toto al tuo commercialista e al tuo esperto di marketing hai un problema... anzi più di uno.

Sì, perché se sapessi leggere bene i tuoi dati e la voce costi, scopriresti che il costo più grande per il tuo negozio probabilmente è quello del personale.

Preferire uno stagista a un esperto per contenere i costi può costare molto in termini di tempo

Perché ti sto dicendo tutto questo?

Semplice, se il tuo modo di reclutare i tuoi potenziali collaboratori non è quello corretto, potresti finire per assumere una persona che non solo non aiuterebbe la crescita del tuo pet shop, ma potrebbe anche costarti molti soldi, oltre a minare l'equilibrio del gruppo di lavoro.

Ti è mai capitato almeno una volta di avere a che fare con un dipendente scansafatiche, che per il suo carattere scontroso ti mette contro altri tuoi collaboratori? Bene, sappi che in questo caso il negozio a non è più tuo... è suo!

Se vuoi riprenderne davvero il controllo liberarti immediatamente di queste persone – nello sfortunato caso in cui siano già parte del tuo team- ma soprattutto devi imparare a selezionarle in maniera strategica, attirando solo i candidati migliori e facendoli crescere con e per il tuo business.



Per impedire tutto questo mi impegnerò nei prossimi articoli a spiegarti esattamente tutto quello che devi sapere, spiegandoti passo per passo come selezionare il tuo team in maniera precisa e calcolata, senza perdere tempo, anche se non hai idea di cosa sia il recruiting del personale. Non puoi aspettarti soprattutto che una società esterna, un cacciatore di teste qualsiasi, prenda il tuo posto nel fare selezione.



Anzitutto devi creare un prospetto che tenga in considerazione la crescita economica, o quantomeno devi avere un business plan di crescita e non importa quanto la tua azienda sia piccola: più avrai conoscenza dei tuoi obiettivi, maggiori saranno le possibilità di sviluppo.

C'è un ordine specifico di ricerca e ora ti spiegherò da dove partire.

#### CHI STAI CERCANDO?

Il principale problema da risolvere è capire cosa dovrà fare la persona che vuoi assumere. Troppo spesso si assume un commesso/addetto alla vendita che poi si ritrova a fare assistenza o addirittura l'amministrativo.

Ogni settore ha delle caratteristiche importanti e diverse da considerare.

Ora prendiamo un esempio specifico.

Se stai cercando un commesso che sia addetto vendita ci sono due strade: la prima è trovare un tirocinante, che ovviamente dovrà essere istruito sui processi e metodi di lavoro ma che sicuramente si accontenterà di uno stipendio modesto per cominciare; la seconda è trovare un esperto, che impiegherà sicuramente meno tempo per imparare i tuoi processi (perché probabilmente in parte li conosce già) ma per questo dovrai impegnare più soldi per fargli scegliere la tua azienda rispetto a quella in cui sta lavorando.

### LE RICETTE ITALIANE SENZA CEREALI PER PICCOLI E GRANDI AMICI









#### Gestione dei Collaboratori

Se non hai un'azienda organizzata e strutturata, spesso assumere un tirocinante risulterà più costoso che prendere un esperto: il tempo che dovrai investire per formare quella persona sarà sottratto a tutte quelle attività che normalmente da proprietario del negozio dovresti fare.

Immagino che "quelle cose" che non potrai fare tu, non le farà nessun altro.

Quindi? Molto probabilmente questo coinciderà con più tempo da dover dedicare ad attività extra e meno tempo per te, quindi più lavoro... e cosi via.

Molti imprenditori con i quali mi sono confrontato mi hanno spiegato che quando assumono, lasciano che il tirocinante da solo impari tutte le procedure necessarie ma al tempo stesso hanno messo alla mia attenzione l'alto tasso di abbandono del posto di lavoro.

Un buon processo di selezione del personale passa dal marketing

Cosa si intende per tasso di abbandono?

Le persone che stai reclutando non sono interessate alla tua azienda, non conoscono quello che devono fare e non sono seguite e motivate per farlo nella maniera giusta, quindi lasciano il posto di lavoro o se lo tengono stretto il più possibile, ma lavorando male. É già capitato anche a te?



Ci sono molti software che ti permettono di fare test attitudinali in base al ruolo specifico, per permetterti di capire se la persona che hai davanti possiede le caratteristiche per poter svolgere al meglio il lavoro proposto.

#### **COME TROVARE I POTENZIALI NUOVI COLLABORATORI?**

Scommetto che anche tu hai la pessima abitudine di contattare i tuoi potenziali collaboratori con un annuncio dove per direttissima leggi il CV e se ti piace anche solo una cosa di quelle che leggi lo chiami per un colloquio.

Ricordo ancora che un'azienda mi contattò solo perché giocavo a livello professionistico a calcio e lui ne era un grande appassionato.

Tutte le aziende che ho seguito avevano questo "protocollo" primitivo di selezione e poi tutte lamentavano che difficilmente si trovavano buoni contatti, che per molti di loro la priorità erano le vacanze/ferie e stipendio a fine mese.

Non ti stupire di queste situazioni anzi, devo essere onesto e dirti che se questo accade è anche un po' colpa tua.

La verità è che il processo di selezione passa dal marketing.

Se non fai campagne di marketing, se non sei presente online nemmeno in minima parte, per la maggior parte delle persone là fuori non esisti.

A oggi anche le piccole imprese devono intercettare le persone lì dove si trovano, quindi è proprio attraverso una campagna online di ricerca di collaboratori, che troverai quello che cerchi.

Nel prossimo articolo troverai esattamente come creare una ricerca efficace e come improntare il primo contatto con i tuoi potenziali nuovi collaboratori.



#### MATTEO NOVATI

Trovare il lavoro adatto alle proprie esigenze è davvero difficile? Avere dipendenti che facciano realmente gli interessi dell'azienda è una missione impossibile? Spesso il problema sta nella mentalità e nel processo di selezione delle aziende e del personale. Da ormai quattro anni, Matteo Novati aiuta le persone a trovare il lavoro adatto alle loro necessità e assiste le aziende nel formare e incrementare le competenze e l'efficienza dei propri collaboratori.

www.matteonovati.com - info@matteonovati.com





# Attrezzature professionali per la toelettatura

# Vasca spa

Vasca per trattamenti idromassaggio e ozonoterapia. Dotata di due principali funzioni: una funzione di massaggio più intensa per donare al cane il massimo relax e una funzione di massaggio più delicata con bolle e luci a LED.

Disponibile in 3 misure (dimensioni esterne):

- 90 x 68 x h 100 cm;
- 110 x 85 x h 85 cm;
- 130 x 75 x h 100 cm;
- e in 3 co**l**ori:
- esterno rosa e interno bianco;
- esterno nero e interno bianco;
- esterno bianco e interno nero.

# Nagayu

Compresse di anidride carbonica appositamente create per il bagno in spa degli animali domestici. Hanno molti effetti benefici: promuovono la crescita del pelo, accelerano la guarigione delle ferite, idratano, stimolano il sistema circolatorio, attivano il metabolismo cellulare, curano la pelle, puliscono a fondo.

Disponibili in 2 varianti:

- · con acido lattico:
- · con olio di cocco.



























prima di premere REC

**ALESSIO LAVACCHI** 

Archiviata la fase di progettazione, restano alcune accortezze di cui tenere conto in fase preregistrazione, vediamo quali

opo le due lezioni sulla progettazione del video, possiamo iniziare a girare... o forse no? Ancora una piccola lista di cose di cui preoccuparsi prima di premere il pulsante rosso REC, e questa volta con la telecamera in mano (o con il telefonino).

# **1** Inquadra con attenzione

Questa è forse la regola più importante e detta così può sembrare vaga, vediamo di approfondirla: innanzitutto che significa inquadrare? Inquadrare vuol dire decidere, in egual misura, cosa mettere dentro e cosa fuori all'immagine che stiamo registrando. Ogni elemento, piccolo a grande che sia, all'interno dell'inquadratura deve essere presente a fronte di un valido motivo, altrimenti meglio lasciarlo fuori. Componi con attenzione i tuoi sfondi, guardali e riguardali prima di iniziare a registrare: ogni oggetto superfluo o non giustificato crea distrazione e va evitato.

#### 2 Evita il movimento

Durante le riprese con la camera o il telefonino in mano, spesso ci lanciamo in movimenti complessi che in quel momento ci appaiono come bellissime immagini cinematografiche. Tendiamo spesso a camminare dietro una



persona, creare carrellate perfette e rotazioni intorno agli oggetti degne della migliore pubblicità. Una volta arrivati al montaggio, ci accorgiamo di aver fatto le più brutte riprese possibili, tremori, dondolamenti e persone che appaiono sullo sfondo, che magari si stanno pulendo il naso.

Per fare buone riprese in movimento ci vogliono strumenti e staff che spesso non abbiamo a disposizione. Quindi il consiglio, soprattutto all'inizio è: fai inquadrature fisse. Se proprio vuoi del movimento, lo puoi cre-



are all'interno dell'immagine, tra persone e oggetti inquadrati. Una volta che saprai comporre e riprendere attraverso le inquadrature fisse, allora potrai addentrarti nel movimento, ma per adesso rimaniamo su quello che possiamo gestire meglio.

# 3 Orizzontale o verticale

Riprendere in orizzontale o verticale? Il dubbio spesso si presenta quando il telefonino fa da telecamera. Bene, la risposta è "dipende". Se il tuo video finirà soprattutto su youtube o facebook l'ideale è l'orientamento orizzontale, ma se vuoi fare una story di instagram o di un altro social allora il formato migliore è quello verticale.

Ricorda che le immagini del cinema e della tv sono orizzontali. Perché? Perché i nostri occhi sono disposti orizzontalmente!

# 4 Controlla la batteria

Stai per riprendere una persona che parlerà per alcuni minuti, e che magari è tesa e non ha voglia di fare troppe ripetizioni... controlla la batteria, perché doverla interrompere per ricaricarla potrebbe rendere il tuo soggetto ancora più nervoso!



# **Video Marketing**

# **5** Controlla lo spazio di memoria

Spesso capita che a metà delle riprese tu ti accorga di avere la memoria piena, e nella fretta elimini cose di cui poi ti pentirai!

Meglio occuparsene prima di iniziare a girare.

Farai scelte più lucide.

# 6 Modalità aereo

Ricordati sempre di mettere il telefono in modalità aereo, quando stai girando: messaggi e telefonate in ingresso interrompono – e quindi rovinano – le riprese.

Uno spettatore affaticato dalla cattiva qualità del suono, skipperà il tuo video

# 7 Assicurati che la ripresa sia stabile

Per fare una buona ripresa fissa bisogna cercare di posizionare il telefonino o la telecamera su qualcosa di statico. Darli in mano a qualcuno, non garantisce la stabilità delle riprese.

Quindi la miglior soluzione è l'utilizzo di un cavalletto. Ce ne sono di tantissimi tipi e per tutte le tasche, meglio acquistare quelli per la telecamera (hanno una testa fluida che permette di fare panoramiche, ovvero movimenti, verticali o orizzontali), ma se già ne possiedi uno fotografico, può andar bene per iniziare. Se hai un telefonino puoi anche acquistare un economico supporto per treppiede (clamp per smartphone) che ti permetterà di agganciarlo al cavalletto.

# 8 Attenzione all'audio

Per l'audio ci vorrà un capitolo a parte, ma iniziamo a parlarne adesso.

Se esistesse un campionato degli aspetti più sottovalutati in fase di ripresa, l'audio vincerebbe la medaglia d'oro. Eppure la regola è semplice: il microfono deve essere molto vicino alla bocca di chi parla, altrimenti il rimbombo e i suoi esterni renderanno faticosissimo l'ascolto.

E siccome noi non vogliamo uno spettatore affaticato (perché si stuferà velocemente di seguire il nostro video) dobbiamo ricorrere ai ripari.

Acquistando un microfono.

Anche qui la scelta è vasta e per tutte le tasche. Il più economico che possiamo comprare è un Lavalier per smartphone. Anche se giriamo con la videocamera e non con il telefonino, possiamo attaccarlo alla camicia o maglietta dell'intervistato e usare lo smartphone come registratore. Avremo così il video sulla telecamera e la registrazione audio sul telefonino, che in montaggio semplicemente metteremo a sync.

# 9 Illuminazione

La direzione della fotografia è un'arte premiata anche dall'ambita statuetta di Hollywood. L'argomento è ampio ma il primo consiglio che mi preme darti è almeno non mettere sullo sfondo fonti di luci troppo forti, come finestre o lampade.

Eviterai così di riprendere il tuo soggetto in controluce.

# 10 Liberatorie

Infine l'aspetto della liberatoria e della privacy. È buona norma non riprendere persone senza il loro consenso, anche se appaiono solo passeggiando sullo sfondo. Ricordati di farti sempre firmare una liberatoria dalle persone che riprendi. Il modulo lo trovi facilmente su internet digitando "liberatoria riprese".

Bene: hai seguito tutti e dieci i consigli?

Adesso premi REC!



Alessio Lavacchi ha avuto esperienza nella tv, cinema, documentari e spot televisivi. Attualmente con il suo Videomaking Studio progetta, produce e dirige video per aziende e agenzie di comunicazione.

Da molti anni insegna videomaking e sta attualmente collaborando con l'Istituto di Ricerca Scolastica al progetto di educazione alla creazione di contenuti audiovisivi, destinato agli insegnanti delle scuole primarie e secondarie.

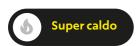
www.alessiolavacchi.it, info@alessiolavacchi.it



# ABBIGLIAMENTO TECNICO



Le previsioni meteo non saranno più un problema.













Scopri tutta la linea di abbigliamento sul catalogo Fashion Milano.





# Comunicazione di Crisi



e le cose si mettono male per davvero

**FILIPPO GIUNTI** 

# Sii il primo, sii onesto, sii credibile: ecco come comunicare durante la peggiore crisi che possa capitarti

n post sui social che molti trovano offensivo, una campagna pubblicitaria particolarmente sbagliata, un'affermazione cretina del fondatore dell'azienda - magari durante un'intervista in prima serata - sono tutte emergenze da gestire. E possono nuocere gravemente alla reputazione di un'azienda.

Ma davvero non sono nulla in confronto a un vero incidente che comporti delle vittime. Non c'è niente di peggio di una crisi aziendale con morti o feriti che siano.

La nuova sensibilità dei consumatori li porta a considerare i pet come veri elementi della famiglia: una crisi che comporti la morte di un animale è senza dubbio la più straziante.

"Ma io ho un pet shop" penserai adesso "mica una piattaforma petrolifera che può esplodere o una fabbrica che potrebbe avvelenare le falde acquifere; posso al massimo vendere una cuccia da esterni difettosa, che non ripara adeguatamente Fido quando piove".

Lascia che ti faccia riflettere sul fatto che le cose non stanno esattamente così.

Nel mondo di oggi, fatto di intermediazioni tra aziende che cambiano fornitori di materiali continuamente per spuntare il prezzo migliore, spesso rivolgendosi in buona fede a fornitori poco seri, che magari stanno dall'altra parte del mondo, e che è lo stesso mondo in cui esistono pazzi maniaci che entrano nei supermercati per contaminare con ammoniaca bottiglie di acqua o avvelenare le coppette dei gelati confezionati - come è successo questa estate in un bar di Valencia - come fai a pensare davvero "a me non potrebbe mai capitare, non mi riguarda?"

Se ci pensi seriamente ti accorgi che nessuno può dirsi davvero al sicuro, e quando l'inaspettato





# Comunicazione di Crisi

accade improvvisamente, tutto diventa molto personale, anche se le vittime sono state causate da te indirettamente, magari attraverso un prodotto del quale sei solo rivenditore.

Quando qualcuno usa un prodotto che gli hai venduto tu e questo diventa – tuo malgrado - uno strumento di morte (basta il moschettone di un guinzaglio nuovo che si spacca e libera un cane che morde un bambino o una scatoletta di cibo avariato che uccide il gatto, unica compagnia di una persona anziana) o nel tuo pet shop si verifica un incidente imprevedibile (una scaffalatura che cede e cade addosso a qualcuno), fidati: la faccenda si fa molto, molto personale.

Non importa cos'altro sia successo prima, recensioni positive sui social, premi per il miglior pet shop, articoli sulle riviste di settore - questo è ciò per cui molti si ricorderanno di te; questo ti causerà notti insonni di sensi di colpa; questo farà parte del dialogo dei tuoi clienti per mesi, a seconda della gravità, per anni.

Quindi è fondamentale saper reagire in maniera corretta.



Talvolta, è proprio colpa tua, del tuo negozio, della tua attrezzatura o del tuo prodotto; altre volte, la responsabilità reale è invece dell'azienda che ti ha venduto il prodotto, della ditta che ti ha fatto i lavori o di una persona esterna al tuo pet shop (come qualcuno che odia i cani o i gatti del quartiere e usa il tuo pet shop per far loro del male), ma tu, il tuo negozio, il tuo prodotto, la tua attrezzatura o il tuo personale, siete coinvolti comunque.

Qualunque sia la ragione, qualunque sia la causa, tutti gli occhi saranno puntati su di te come un laser. Sarai vivisezionato, proprio come quella povera rana nelle classi di biologia dei telefilm americani.

Indipendentemente dalle tue parole e dalle tue azioni, alcune persone ti si opporranno con forza e decisione, sminuendo le giustificazioni che saprai fornire e qualsiasi tentativo di uscirne più pulito possibile.

#### **COSA DICE L'AVVOCATO**

Ti faranno causa, stanne certo.

Qualunque cosa tu faccia o non faccia, dica o non dica, qualcuno ti denuncerà. Ci sono troppi avvocati affamati e aggressivi là fuori, pronti a consigliare il loro cliente a farti causa anche solo per aver sporcato l'acqua al loro pesce rosso.

Quindi non sorprenderti quando ti arriverà l'atto giudiziario e stai pronto.

La prima cosa che farà il tuo avvocato è dirti di parlare il meno possibile, non rilasciare dichiarazioni, non farti intervistare, non scrivere nulla sui social.

Fai silenzio, renditi invisibile.

La sua paura è che in qualche modo tu possa dire qualcosa che poi la parte avversa volgerà contro di te.

# Il mio consiglio è: ignoralo.

Come ho detto qualche numero fa, non andare in silenzio radio durante una crisi, soprattutto in una crisi che comporta vittime gravi.



La gente ha bisogno di ascoltarti, si diranno e scriveranno un sacco di cose inesatte su questa faccenda, quello che devi fare è prendere il controllo della narrazione e far sentire la tua voce.

In una crisi con vittime, devi essere proprio tu il portavoce del tuo pet shop per il pubblico, non puoi delegare tua figlia che è bella e brava a parlare, il tuo avvocato o il/la partner che sa mantenere il sangue freddo in situazioni di stress.

Devi essere tu, in prima persona.

Il pubblico ha bisogno di vederti e ascoltarti, vuole sentirti esprimere al più presto simpatia, empatia e compassione per la vittima e chiunque sia coinvolto (parenti, amici, proprietari dell'animale).

Sei tu il capo, fatti avanti. È parte della tua responsabilità di titolare e capitano del tuo pet shop.

Lo scopo è uscirne senza aver inquinato fatalmente la tua immagine e quella del tuo pet shop

# **QUINDI, COSA DEVI DIRE?**

Ammetto che in questi tempi di social e notizie fornite in tempo reale, sia difficile avere subito pronti i fatti in mano da spiegare a tutti.

C'è stata una vittima, non si sa bene cosa sia successo e come sia potuto accadere, ma se ne sta già parlando ovunque e tu non sai nemmeno bene cosa dire di nuovo.

Non importa, esci allo scoperto il prima possibile con la tua faccia ed esponiti con coraggio.

Esprimi le tue condoglianze per la vittima. Spiega che è in corso un'indagine (da parte delle forze dell'ordine, una vostra indagine interna o di qualcun altro da te incaricato) e, dichiara che non appena i fatti saranno noti, li comunicherai immediatamente.

Se ad esempio, si tratta del primo incidente mortale nella storia del tuo pet shop, dillo. Spiega come questa tragedia sia una cosa incredibile che sorprende e addolora te per primo.

Il pubblico vuole - no, *pretende di* - sapere tre cose:



#### 1 Che cosa è successo?

Spiega i fatti basilari, nudi come li conosci, per quanto sommari. Non fare speculazioni e non aggiungere opinioni personali. Spiega solo ciò che sai essere vero e che sei libero di rivelare.

# 2 Come è successo?

Non entrare nel merito, perché tutto ciò che puoi dire in un primo momento è speculazione, nella migliore delle ipotesi. Questo è ciò che gli avvocati vogliono che sia evitato, e su questo punto hanno ragione.

La tua risposta può essere qualcosa del tipo: "Questo è ciò che noi/le autorità stiamo cercando di capire, e non appena avremo qualcosa da riferire, lo faremo".

# 3 Cosa stai facendo al riguardo, o cosa stai facendo per evitare che si ripeta?

Anche in questo caso, puoi e devi dire che le indagini sono in corso e promettere maggiori informazioni SOLO quando saranno disponibili. Dichiarare che sai come evitare che la cosa si possa ripetere in futuro significa che sai già esattamente come è successo e questo ancora non lo sai.

# Comunicazione di Crisi

E di certo dovrai dire più volte "Mi dispiace".

Di solito gli avvocati sono sempre un po' contrari a farti dichiarare che ti dispiace, perché poi le tue parole potrebbero essere interpretate come un'ammissione di colpa o di colpevolezza. Ma la realtà è questa: Ho letto e studiato per anni casi di crisi e emergenze con vittime, e non ho mai letto di un solo caso in cui non dire "Mi dispiace" sia mai servito ad eludere il contenzioso. In altre parole, come detto in precedenza, qualcuno ti farà causa, questo è sicuro.

Quindi, perché non essere almeno percepito dai tuoi clienti e dal pubblico in generale come una persona compassionevole, un'azienda che si preoccupa delle persone (e dei loro animali, se è il caso), qualcuno che ha vissuto una sfortunata fatalità e che esprime rimorso?

In una crisi c'è sempre qualcosa di più di una causa legale e bisogna proteggere l'intera azienda in modo che al termine della causa legale, esista ancora un'azienda da gestire.

Preparati a ciò che deve essere fatto, fai un respiro profondo, ed esci allo scoperto affrontando la faccenda.

Lo scopo non è solo vincere la causa, ma uscirne senza aver inquinato fatalmente la tua immagine e quella del tuo pet shop.

# **GESTIRE I MEDIA**

Quello che non vuoi è che i media o i social network trasmettano, stampino o pubblichino storie che parlino del tuo ostruzionismo, e che ti diano addosso per non essere disponibile o per aver detto "no comment".

Questo fa sì che la gente sospetti di te e non si fidi, e la fiducia e il sostegno del pubblico è ciò di cui hai più bisogno in una crisi, a maggior ragione in una crisi in cui sono coinvolte vittime, il titolare dovrebbe essere al centro dell'attenzione e tenere un atteggiamento collaborativo e disponibile con le persone e i media.

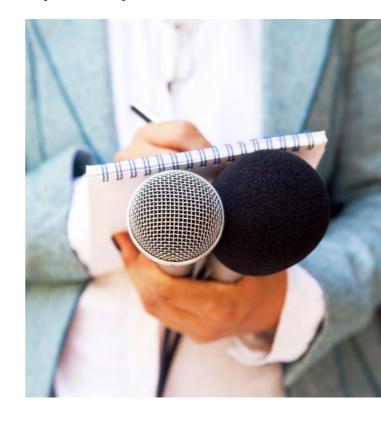
Se hai la ferma convinzione che "tanto mi faranno apparire come un criminale, meno ci parlo e meglio è" è esattamente quello che avverrà, perché le persone, specialmente quelle che non ti conoscono,

ameranno pensare a te come "al cattivo" della storia, i media sono sempre alla ricerca di un colpevole, un "mostro" da sbattere in prima pagina: "L'imprenditore avido che ha acquistato cibo per animali di scarsa qualità e ha venduto articoli scadenti acquistati sottocosto e poi rivenduti ad altro prezzo ignorando ogni precauzione igienica e di sicurezza, e ora che è successa la disgrazia non vuole parlare perché sa di essere colpevole" è perfetto per vendere copie di giornale.

Invece quando affronti i media sulla scia di una crisi mortale, fai il contrario di questo. Non essere polemico e non abboccare all'inevitabile esca che i giornalisti ti faranno dondolare davanti.

Durante un'eventuale conferenza stampa, nel caso parlassimo di un evento così grave da finire sulla cronaca, alcuni reporter potrebbero anche cercare di farti innervosire e metterti in difficoltà.

Non cascarci. Mantieni la calma, resta sul tuo messaggio, prometti maggiori informazioni quando le avrai, ed escine fuori con grazia.



Devi capire una cosa: anche se farai tutto bene come deve essere fatto, avrai comunque chi ti salterà alla gola e vorrà la tua testa.

Ci sarà sempre chi si opporrà e contrasterà qualunque cosa tu possa dire.

I giornalisti di carta stampata, web e TV hanno ore di tempo e pagine da riempire, e spesso lo riempiono mescolando insieme qualunque notizia un po' particolare sia a portata di mano.

I tuoi messaggi siano semplici e brevi: informazioni chiave date in termini chiari e non tecnici

Spesso poi le notizie procedono per ondata di interesse: hai mai notato che in certi perioi sembra che ogni giorno un rottweiler morda un bambino, qualcuno cada nella tromba dell'ascensore o trovi un topo nella confezione di cereali? In realtà sono solo i giornalisti, che cavalcando il "timore del momento" dell'opinione pubblica, selezionano ogni giorno una notizia adatta a interessare i lettori, solitamente pertinente o complementare ad altre che hanno aiutato le vendite nei giorni precedenti.

Se al tuo pet shop per sfortuna dovesse capitare di vendere cibo avariato e in quel periodo il trend di interesse dovesse riguardare proprio la sofisticazione degli alimenti per animali... ZAC. Il tuo caso finirebbe immediatamente sulla home page di molti siti di informazione e tu saresti costretto a gestire una crisi.

#### **UNA GRAVE CONSAPEVOLEZZA**

Devi essere consapevole del fatto che le informazioni riguardanti l'incidente che ha causato le vittime inizieranno subito a circolare in modo violento con vita propria, con o senza il tuo intervento.

La prima cosa da fare, quindi, è prendere immediatamente il controllo del flusso di informazioni, dirigerlo in maniera corretta e difenderlo come guerrieri da inesattezze, fake news, pettegolezzi e da tutta la spazzatura che solitamente si accumula intorno a un fatto brutto.

Per la comunità e le persone, gli incidenti che comportano vittime, sono eventi di forte stress che alterano il modo in cui le informazioni vengono ricevute ed elaborate, richiedendo uno stile di comunicazione adeguatamente costruito, rispetto a quello di una normale azione necessaria alla reputazione di un'azienda.

In primo luogo, durante i periodi di forte stress, la capacità di elaborare grandi quantità di informazioni è molto ridotta e ostacolata dalla paura e dalla sensazione di incertezza ("Oddio, potrebbe succedere anche a me?"), zavorrata da molteplici incomprensioni che non fanno altro che rendere ancora più drammatica la situazione.

Per fronteggiare e annullare tutto questo, i tuoi messaggi in una situazione del genere dovrebbero essere semplici e brevi, concentrandoti sulle informazioni chiave, utilizzando termini chiari e non tecnici.

In secondo luogo, quando i messaggi che ricevono le persone vanno in conflitto con la propria realtà quotidiana, con messaggi diversi diffusi da altri canali o altri singoli individui di loro conoscenza, le persone tendono comunque ad attenersi alle loro credenze e convinzioni.

Quello che succede è che, le voci e soprattutto le opinioni di individui fidati sono considerate valide e corrette, a prescindere dall'evidenza dei fatti.

Pertanto se le tue informazioni ne differiscono troppo, passano inascoltate e sono considerate inaffidabili (se qualcuno crede che tutti i cibi industriali per cani siano veleno, darà credito solo a informazioni che confermino tutto questo, e quindi sarà ancora più pronto a metterti alla gogna e non ascoltare le tue ragioni).

# Comunicazione di Crisi

Man mano che il conflitto di messaggi diventa evidente, le persone continueranno a cercare informazioni dalle fonti non ufficiali ma da loro ritenute più credibili. Infine, spesso si darà maggiore credibilità al primo messaggio relativo all'incidente di emergenza.

Questo richiede lavoro ulteriore e azioni di comunicazione per superare qualsiasi disinformazione associata al primo messaggio ricevuto, ed evidenzia quanto sia importante che il primo messaggio a essere ricevuto riguardo l'accaduto debba essere il tuo.

#### **METTICI IL CUORE**

Un'ultima raccomandazione: alla fine di ogni intervista e alla fine di ogni giornata, contatta i tuoi collaboratori e eventuali consulenti (avvocati, periti, etc) per un riepilogo quotidiano della situazione.



Analizzate ciò che voi come azienda avete fatto e comunicato quel giorno, esamina come ha funzionato e analizza bene dove sarà possibile apportare dei miglioramenti; poi mettiti all'opera e migliora quel che c'è da migliorare.

Esaminate e valutate quali attacchi avete ricevuto. Erano giustificati? In caso contrario, decidete se è necessaria una risposta e, in caso affermativo, predisponetevi a emetterne una con i mezzi più efficaci possibile.

Questa è una cosa un po' delicata, poiché se da un lato non devi far passare insinuazioni, maldicenze, pettegolezzi e informazioni imprecise, dall'altro non devi metterti a duellare coi tuoi antagonisti, perché darebbe loro ancora più visibilità e soddisfazione.

Chiudo dicendo che, vedere il tuo pet shop coinvolto nella morte o nell'infortunio grave di qualcuno, fosse anche un criceto, è una delle esperienze lavorative peggiori che ti possano capitare.

È normale provare angoscia.

È normale interiorizzare tutto.

È normale pensare la notte che è morto qualcuno, anche se alla fine in realtà la responsabilità non era proprio tua, perché si tratta della tua azienda e dei tuoi prodotti.

Quindi, se queste emozioni ti attraversano in circostanze simili, è solo la natura umana.

Significa che hai un cuore.

Lascia che il mondo lo veda.



#### **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





# SCOPRI TUTTI I PRODOTTI SUL CATALOGO JULIUS-K9

JULJUS-K9

• Distributore esclusivo •



anche dal tuo smartphone

**ELENA BUCELLI** 

Per realizzare ritratti pet belli e intensi, non c'è bisogno di apparecchi costosissimi, bastano alcuni trucchi e un telefonino!

pesso vediamo bellissime immagini di cani o gatti che giocano felici, correndo nei prati, ritratti di cuccioli immortalati nei momenti più improbabili e simpatici.

Il segreto principale è la pazienza, il saper aspettare e cogliere il momento giusto, mi rendo

conto che l'attrezzatura non è da sottovalutare, ma la prima cosa è sempre l'intenzione, accompagnata dalla pazienza, senza questi due elementi non riusciremo mai a portare a casa una foto dei nostri animali, che si scelga di farlo con un buon telefono o con una super macchina fotografica.



Molti miei clienti mi chiedono come faccio a realizzare foto spontanee ma allo stesso tempo quasi in posa, quali sono i trucchi uso; oppure si meravigliano di come il loro cane davanti alla macchina fotografica sia sereno e si faccia fotografare senza problemi.

I cani non sempre amano farsi fotografare o essere maneggiati e messi a nostra disposizione per farsi scattare una foto, ma bastano alcuni semplici piccoli trucchi che il gioco è fatto.

Vi voglio raccontare di alcune esperienze vissute con alcuni dei miei clienti, perchè non è tutto semplice come sembra - non per nulla, dietro alla macchina esiste il cosiddetto "backstage".



RICETTE SENZA ZUCCHERO

# Gli irresistibili snack!



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

**Treaties Bits:** morbidi bocconcini cotti a fuoco lento con un goloso ripieno.

Beef Stick: l'originale e gustoso bastoncino con oltre il 90% di carne + minerali e Vitamina E.

- Ueggie Bits: snack vegetariano, delizioso e ipocalorico con il 60% di carote.
- Insect Stick: snack a base di insetti (77%!), monoproteico, gustoso e sostenibile.

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

  Dental 3in1: stick dentale. Previene le infiammazioni gengivali, rallenta placca e tartaro.

  Boony Bits: piccoli, gustosi e leggeri. Non sbriciolano e non ungono, ideali per l'addestramento.



Chi ama gli animali sceglie Vitakraft

# **Fotografia Semplificata**

# PROBLEMATICHE DEL RITRATTO PET

Ho conosciuto cani che davanti a una macchina fotografica scappavano, altri che si giravano con la testa dalla parte opposta, altri ancora che chiudevano gli occhi nel momento che l'otturatore della mia macchina fotografica si chiudeva, ed ecco che tutti i miei sforzi venivano vanificati in un attimo.

A volte invece ne ho incontrati che correvano da una parte all'altra e quindi fuggivano dalla traiettoria del mio obiettivo, creando così continui scatti repentini e senza una direzione ben definita: capite bene che anche se fossi riuscita a scattare, non avrei realizzato la foto che cercavo. Ultimamente mi è capitato che alcuni cani avessero timore della stessa macchina fotografica o dei flash usati in studio.



L'intenzione e la pazienza sono ingredienti chiave per un buon ritratto pet

Quindi viste le varie situazioni e tipi di reazione incontrati con i miei vari "clienti", ho adottato nel tempo delle tecniche che utilizzo anche con i miei cani stessi e non necessariamente con la macchina fotografica ma semplicemente con il mio smartphone.

Bastano alcuni accorgimenti e la consapevolezza che non avremo lo stesso risultato di una macchina fotografica professionale con dietro un professionista!

Oggi praticamente la totalità della popolazione ha a disposizione ogni giorno uno smartphone, dotato di fotocamera, che riesce a scattare discrete immagini.

# IL RITRATTO DI FAMIGLIA DECLINATO AL CONTEMPORANEO

La fotografia di famiglia negli ultimi anni aveva perso un po' di forza, visti i costi che comportava, dalla macchina fotografica, pellicola, fino a sviluppo e stampa, per tacer del peso e dell'ingombro che i fotografi erano costretti a sopportare. Aggiungiamo alla ricetta un minimo di conoscenza base per riuscire a scattare delle fotografie, ed ecco che il costo dell'intera operazione non valesse più la pena, per clienti e professionisti.

Ma da quando sono arrivati i cellulari forniti di fotocamere, la fotografia ha ripreso vigore e interesse, merito anche della tecnologia, di internet e die vari social, che spopolano grazie alle migliaia di foto caricate ogni giorno, in cui tutti noi amano condividere momenti attraverso fotografie scattate da noi stessi per ogni occasione.

Io stessa ho molti amici, conoscenti e clienti che caricano su piattaforme social, ogni giorno, immagini dei propri cani o gatti, autoritratti accompagnati dai propri animali di famiglia.

# **CONSIGLI PRATICI PER UN BUON RISULTATO**

Mi piacerebbe darti delle dritte per creare buone immagini a mezzo smartphone, da poter condividere e perchè no, magari stampare e appendere!



Ti svelerò tre piccoli trucchi per realizzare meravigliose immagini ai nostri amici a quattro zampe con l'ausilio del cellulare.

Abbiamo detto che gli ingredienti principali per iniziare a scattare una fotografia di animali da compagnia sono la pazienza e l'intenzione, non dimentichiamocelo mai, senza questo il pet continuerà a fare ciò che vuole e noi non scatteremo mai una foto.



# L'immagine che catturerete dovete averla già in mente al momento dello scatto

Partiamo dall'ambientazione.

Inizialmente è preferibile scegliere la casa in cui vive il pet, che è un luogo conosciuto in cui gli animali si sentono a loro agio e sicuri.

Scendendo nel dettaglio, occorre trovare un punto della casa abbastanza luminoso, piacevole e con pochi contrasti o oggetti e confusione intorno al soggetto.

Seconda cosa importante, l'immagine da realizzare va necessariamente creata nella testa prima dello scatto: deve esistere una pianificazione del risultato che sarà. Il cane seduto? Sdraiato? Un primo piano? Uno scatto a figura intera?

Perchè senza sapere cosa vogliamo andare a creare, sarà molto difficile realizzare qualcosa di buono.

# Dopodichè le tre regole fondamentali:

1° regola: posizionarsi di fronte al cane/gatto, alla sua altezza, MAI DALL'ALTO!

2° regola: controllare la luce ambiente e posizionarla di fronte o lateralmente al cane e non dietro, MAI CONTROLUCE!

3° **regola:** attirare l'attenzione del nostro amico, con un biscotto, un giochino o un suono.

#### SCATTA!

Segui queste tre regole e avrai una foto fan-

E adesso buon divertimento e soprattutto, buona luce!



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



per i dati dei clienti

**DORIANA CHIANESE** 

Non essere in regola con la tutela della privacy dei clienti può costarti carissimo. Vediamo cos'è GDPR e come metterti subito al sicuro!

l Regolamento generale per la protezione dei dati personali n. 2016/679 (General Data Protection Regulation o GDPR) è la normativa europea in materia di protezione dei dati. La protezione dei dati sensibili e personali è stata riconosciuta dal Trattato di Lisbona come un diritto fondamentale: come tale deve essere garantito come tutti gli altri diritti costituzionalmente previsti.

Ma cosa sono esattamente i dati personali? Tutte quelle informazioni che riguardano una singola persona e possono riferirsi a nome, indirizzo, localizzazione, identificatore online, informazioni sulla salute, reddito, profilo culturale e altri, che possono essere concessi ai gestori e proprieta-

ri di attività commerciali nell'esercizio delle attività economiche e commerciali, si riassumono nella dicitura DATI PERSONALI.

Il Regolamento è volto alla tutela del dato personale sotto un duplice aspetto, difatti, dispone che le informazioni e i dati personaInforma il cliente, fatti firmare il consenso al trattamento dati, fanne un uso ragionato

li/sensibili non possano essere trattati senza il consenso del cliente e contemporaneamente favorisce una circolazione più sicura dei dati, rafforzando i diritti dell'interessato che deve essere in grado di conoscere se i suoi dati sono stati utilizzati ed in che modo.

Seppur in vigore da qualche tempo, non tutti i negozianti hanno ricevuto le corrette informazioni per poter garantire la tutela dei dati sensibili dei propri clienti ed evitare così di incorrere in conseguenze spiacevoli.

# **4 LINEE GUIDA PER IL NEGOZIANTE**

La normativa precedente non garantiva quella sicurezza necessaria ai cittadini per la protezione e il corretto utilizzo dei dati sensibili.



# Pronature Malistic





# Solo il meglio che la natura può offrirgli!

50 PLB

Pronature Holistic è una linea di alimenti per cani e gatti completamente naturale sviluppata seguendo i principi dell'alimentazione olistica e biologica. Carni di qualità come primo ingrediente ed elementi nutraceutici a supporto dei fabbisogni nutrizionali specifici dell'animale garantiscono un'ottima digeribilità e un' assimilazione completa di tutti gli elementi nutritivi necessari al completo benessere del vostro migliore amico. Pronature Holistic non contiene sottoprodotti nè additivi chimici o artificiali.

NEI MIGLIORI NEGOZI SPECIALIZZATI

www.pro-nature.it

info@disegnagroup.it - Tel. 0424 471424





# Consigli Giuridici

Questo ha portato un incremento della sfiducia nei confronti delle attività commerciali che richiedevano tali dati, a causa della loro digitalizzazione e del loro conseguente uso indiscriminato. Sono state individuate delle linee guida che dovrai applicare per evitare di incorrere in conseguenze indesiderate.

① Come primo punto è necessaria una **comunicazione limpida con i propri clienti**, fornendo loro tutte le informazioni necessarie: chi le desidera, per farne cosa, per quanto le conserva. Ricorda sempre di utilizzare un linguaggio semplice e allo stesso tempo chiaro per far comprendere nel miglior modo possibile l'importanza del messaggio.

Predisponi idonee informative per i clienti, con l'indicazione puntuale delle finalità di trattamento e delle basi giuridiche che lo legittimano. Puoi facilmente reperire dei modelli online da compilare e far sottoscrivere ai clienti.

In alternativa puoi fartene confezionare su misura da un legale esperto, che saprà offrirti suggerimenti per avere una visione completa ed esauriente di quanto occorre per adempiere alla normativa, o magari semplicemente creare o perfezionare un modello trovato su internet.

2 L'adozione del consenso al trattamento dei dati da parte del cliente è l'altro aspetto fondamentale.

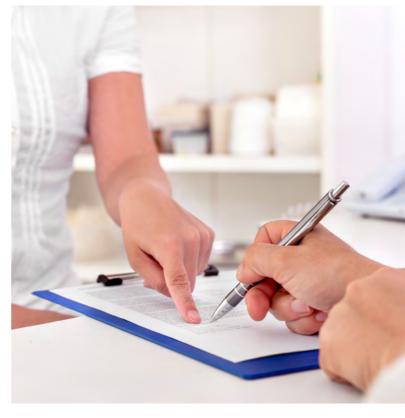
Il consenso è una delle basi giuridiche per il trattamento dei dati (insieme al contratto, all'interesse legittimo, agli obblighi giuridici, ecc.) e dovrà essere fornito mediante un'azione inequivocabile per garantirti da qualsiasi rivendicazione da parte dei clienti.

Occorrerà quindi che il cliente apponga la firma di consenso sul trattamento dei dati personali.

Già il solo fatto di avere nel proprio computer il nome, cognome, età, indirizzo abitazione, indirizzo mail, cellulare deve essere autorizzato dal cliente.

Il consenso è necessario anche qualora si volessero attivare diversi servizi per il cliente quale ad esempio l'invio di messaggi contenenti offerte promozionali.

Il consenso è un valido strumento giuridico per tutelare la tua attività.



3 Predisporre un'analisi dei rischi che incombono sui trattamenti attuati in termini di: disponibilità, integrità, accesso non autorizzato.

Per esempio, la spam delle mail dei clienti su server altrui. Eliminare il rischio dell'acquisizione non autorizzata dei dati dei clienti; evitare (se non vi è il consenso di inviare e far ricevere ai clienti) informazioni di offerte e pubblicità sia propria che di altri partner del negozio.

Tutto deve essere autorizzato attraverso il documento fatto firmare al cliente.

L'analisi del rischio privacy è uno strumento necessario a dimostrare l'adeguatezza delle misure prese a tutela dei dati trattati, per aumentare la fiducia del tuo cliente.

Come conseguenza vi è l'obbligo di informare le persone delle violazioni dei dati, qualora vi sia il grave rischio che ciò avvenga, per consentire quindi di intervenire prima ed evitare tale violazione.

Di conseguenza, se i dati sono stati utilizzati da terzi senza il consenso del cliente e a tua insaputa è preferibile avvertire i clienti per non incorrere in spiacevoli denunce.



# 4 Garantire il diritto all'oblio.

È necessario eliminare i dati personali di chi lo richieda, per consentire sempre la libertà di scelta del cliente anche a seguito di concessione del consenso al trattamento dei dati.

Di eguale importanza è la garanzia al diritto di rinunciare al marketing diretto che utilizza i dati personali dei clienti: si deve sempre lasciare la libertà di scelta ai propri clienti al fine di accrescere la fiducia nei propri confronti.

Se un cliente ti abbandona, cancella subito i suoi dati di modo che dal tuo computer non escano più mail o news inviate all'ex cliente.

# ASPETTI NORMATIVI E ORGANIZZATIVI IN MATERIA DI TELEMARKETING E GDPR, TUTELA PRIVACY

Qualora tu decida di ricorrere a questa particolare forma di marketing che consente di affidare a call center esterni/operatori telefonici interni il compito di contattare possibili clienti per pubblicizzare e/o vendere i propri servizi e/o prodotti, è necessario tu conosca in maniera approfondita le tutele che devono sempre essere garantite ai possibili clienti.

È facilmente ipotizzabile come quest'attività possa tradursi in fastidiose e invasive telefonate, a rischio di ledere in modo concreto i diritti degli interessati, se effettuate in violazione del recente GDPR.

Il telemarketing anche dopo l'introduzione del GDPR è assolutamente possibile, a patto però che si rispettino alcuni passaggi che qui intendo sottolineare.

Punto di partenza è l'individuazione della base giuridica per il legittimo trattamento dei dati dell'interessato per finalità di marketing. Lo stesso GDPR lo individua nel consenso prestato dal soggetto, che per essere valido ed efficace deve essere stato prestato liberamente e in forma espressa a fronte di una (già descritta sopra) idonea e chiara informativa.



Per quanto concerne le modalità di acquisizione dei dati si prevedono due vie.

Una prima possibilità prevede che tu acquisisca i dati del potenziale cliente da contattare, ad esempio sul web attraverso la compilazione di un form di contatto, oppure nel corso di eventi organizzati ecc. In questo caso sarai tu ad acquisire il consenso dell'interessato all'utilizzo dei suoi dati in modo specifico per finalità di marketing.

Altra possibilità: acquisire liste di nominativi di possibili clienti da società terze, le stesse dovranno predisporre una lista della legittima acquisizione del consenso degli interessati al trattamento dei propri dati per finalità di marketing.

La regola del consenso ha tuttavia un'eccezione prevista dall'art.130 comma 3 bis del Codice Privacy, nel caso in cui tu negoziante acquisisca contatti o liste di recapiti di interessati tratti da elenchi o pubblici registri, questi ultimi potranno essere contattati telefonicamente senza consenso, salva la possibilità di esprimere al momento la propria volontà di non essere più contattato.

# Consigli Giuridici

Con il rispetto di tali normative sarai esentato da eventuali rivendicazioni di violazione della privacy e/o trattamento dei dati sensibili da parte dei clienti.

#### **VIDEOSORVEGLIANZA**

Nella società moderna il monitoraggio di un negozio mediante dispositivi audiovisivi, principalmente per la protezione della proprietà, o per la tutela della vita e della salute dell'individuo, è diventato un obiettivo significativo in tutto il territorio europeo.

Tuttavia, quest'attività comporta la raccolta e la conservazione di immagini e di registrazioni video e, quindi, di dati delle persone interessate che entrano nel raggio d'azione delle telecamere e dato che il rischio di utilizzo improprio di questi dati è rilevante, è necessario procedere con due "misure":

- la valutazione di impatto sulla protezione dei dati ai sensi dell'Art. 35.3 lett. c) del GDPR "sorveglianza sistematica su larga scala di una zona accessibile al pubblico";
- la nomina di un responsabile della protezione dei dati in base all'Art. 37.1 lett. b) del GDPR, qualora il trattamento comporti, per sua natura, un controllo regolare e sistematico degli interessati su larga scala.



La videosorveglianza è legittima se necessaria per conseguire lo scopo di un legittimo interesse perseguito da titolari di attività commerciali, tali interessi legittimi perseguiti possono essere legali, economici o di altra natura.

Il bilanciamento degli interessi è obbligatorio.

È necessario equilibrare il rapporto tra i "diritti e le libertà fondamentali" da un lato e i legittimi interessi dei titolari dall'altro.

Tuttavia, è possibile procedere a condizione che il tuo legittimo interesse (es. sicurezza dei beni aziendali) prevalga sugli interessi, i diritti e le libertà delle persone interessate.

Ad esempio: lavoratori dipendenti o clienti che entrano nel raggio d'azione delle telecamere. In questo caso lo scopo di proteggere il negozio da furti, rapine o vandalismi può costituire un legittimo interesse per procedere con la videosorveglianza.

Il proprietario del negozio potrebbe dimostrare, con la raccolta di dati e statistiche, che il quartiere ove svolge l'attività è interessato da un alto tasso di vandalismo.

# **CONSERVAZIONE DELLE IMMAGINI**

Uno degli aspetti maggiormente dibattuti riguarda il modo in cui avviene la conservazione delle registrazioni: in alcuni casi potrebbe essere necessario utilizzare soluzioni di sovrascrittura automatica, con video accessibili solo in caso di incidente; in altre situazioni potrebbe non essere necessario registrare, ma solo monitorare in tempo reale.



In entrambi i casi è necessario adottare tutte le misure necessarie a prevenire ed evitare una diffusione impropria delle immagini e informazioni acquisite mediante le registrazioni per evitare delle conseguenze sgradevoli.

Immagina anche di cancellare le registrazioni ogni 24 ore, oppure stabilisci un tempo.

Non ha senso mantenere un archivio delle registrazioni, che comporterebbe per la loro conservazione un inutile aggravio di costi, visto la tutela della privacy, che potrebbe essere violata dalla registrazione.

Il consenso informato è un valido strumento giuridico per tutelare la tua attività

Poniamo che entri un personaggio famoso che non vuole si sappia della sua presenza nella località in cui hai il negozio oppure entrano due persone nel negozio che non vogliono essere viste insieme ma sono registrate dalla telecamera. È evidente che quella registrazione se non è utile per la tutela del negozio, deve essere cancellata immediatamente. La privacy anzitutto!

#### COME DIFENDERSI DAI CLIENTI CHE RECLAMANO LA VIOLAZIONE DELLA LORO PRIVACY?

Attenzione: la non osservanza delle disposizioni espone tutti i titolari di attività commerciali a un rischio di sanzioni di natura amministrativa, come previsto dall'art. 83 del GDPR, che ha una diversa portata in base al tipo di inosservanza compiuta.

Ma non solo, le sanzioni possono essere anche penali, previste e disciplinate dal D.lgs. n. 101/2018 novellato Codice Privacy (D.lgs. 196/2003).

# **AZIONI CONCRETE PER TAPPE NECESSARIE**

In conclusione, possiamo qui riassumere le tappe fondamentali che un negoziante deve seguire per assicurare una tutela efficace ai suoi clienti ed evitare di incorrere in conseguenze indesiderate:

- proteggere i dati fin dall'inizio;
- prevedere dispositivi di sicurezza per la protezione dei dati nei vostri prodotti e servizi;
- avere un addetto alla protezione dei dati;
- nominare un 'data protection officer'.

Quindi il titolare del negozio o un addetto interno o altrimenti una figura esterna scelta può verificare il rispetto della normativa sulla privacy.

Lo stesso dovrà redigere un registro delle attività di trattamento con il relativo svolgimento e predisporre una valutazione di impatto sulla protezione dei dati personali.

Di fatto semplificando le attività di applicazione del GDPR, ecco una sintesi pratica di cosa dovresti fare subito.

- scrivere le linee guida relativa alla tutela della privacy che i clienti devono firmare;
- 2 redigere per l'acquisizione dei dati dei clienti un modulo scritto da far firmare ai clienti:
- 3 inserire la clausola di tutela privacy al momento in cui si inviano delle offerte tramite mail o spedite;
- 4 indicare in modo visibile con un cartello la presenza di videosorveglianza nel negozio.



# DORIANA CHIANESE

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

chianesetorchiaepartners@gmail.com



# nel cuore del tuo pet shop (VI parte) - Il marketing del passaparola

**FILIPPO GIUNTI** 

a volta scorsa abbiamo affrontato la fase di vendita e il suo giusto approccio, adesso vediamo come... mettergli gli steroidi e aumentarne ogni volta il valore.

Ma prima un breve riassunto delle puntate precedenti:

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



I tre imperativi dai quali siamo partiti sono:

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

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

Poi siamo andati avanti esaminando nei pregi e nei difetti alcuni dei più noti mezzi di comunicazione utili a raggiungere il tuo potenziale cliente e fargli conoscere la tua offerta, e abbiamo detto che non esiste il "mezzo di comunicazione perfetto" valido per ogni occasione e ogni cliente ma



che per capire qual'è quello giusto per la strategia è essenziale partire dall'analisi approfondita del cliente (Zampotta Pet Business, maggio 2020, pagina 16).

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

Dai sempre alle persone una ragione per parlare di te

Poi siamo riusciti finalmente a portare il cliente nel pet shop e a eseguire la vendita (Zampotta Pet Business, luglio/agosto 2020, pagina 34), e alla fine abbiamo capito come aumentare più possibile il valore di quella vendita (Zampotta Pet Business, settembre 2020, pagina 26). Ma ancora non ci basta...

Ora siamo finalmente arrivati all'ultimo anello, dove chiuderemo il cerchio e non solo manderemo a casa i clienti solo dopo aver ricavato da loro il maggior valore possibile ma trasformeremo loro stessi in autentiche macchine procura clienti...

# Anello 6. Cliente, come posso farti portare i tuoi amici ad acquistare da me?

In che modo fornisci al cliente dei motivi per segnalarti nuovi clienti potenziali?

Ricordi cosa abbiamo detto sul numero di luglio/agosto su come si conclude una vendita richiedendo direttamente una segnalazione? Quello era un modo di agire diretto, ora ne vedremo uno indiretto: finalmente è arrivato il momento di occuparci del famoso e chiacchierato "Passaparola".

Il passaparola, quando è fatto bene, è una strategia abbastanza complessa ed elaborata, che consiste nel divulgare storie interessanti che le persone hanno piacere di condividere coi propri conoscenti.

Forse conoscerai la storia di Steve Jobs che ha fondato la sua Apple in un garage con un amico di scuola e poi è diventato talmente pignolo tanto da ritardare la produzione dei suoi Mac finché i circuiti interni non erano ordinati in modo "gradevole alla vista". Ti avranno raccontato anche di Sylvester Stallone che scrisse da solo la sceneggiatura di Rocky e seppur povero in canna, si rifiutò di venderla alle maggiori case di produzione di Hollywood finché non gli accordarono di esserne protagonista.

La trasmissione di queste storie non avviene necessariamente perché siano "vere", ma perché sono state "confezionate ad arte" per risultare gradevoli da raccontare. Se vuoi adottare questa strategia, devi trovare qualcosa di tuo da trasmettere in termini di marketing: la pignoleria di Steve Jobs era utile da trasmettere perché il target dei Mac era esigente, la testardaggine di Stallone idem perché il target del film Rocky amava storie di coraggio in cui il piccolo si imponeva sul gigante (le case di produzione).

E tu, quale messaggio vuoi trasmettere? Una volta individuato, devi pensare una storia interessante che le persone abbiano voglia di condividere, a prescindere dall'acquisto o meno dei tuoi prodotti, per poi divulgarla attraverso i vari canali di marketing e inserirla nelle tue procedure di vendita.

Il passaparola si concentra sulle persone, basandosi sul presupposto che la gente ama parlare di cose interessanti. Se volessimo dargli una definizione diremmo che consiste nel:

# **Pubblicità & Marketing**

Dare una ragione alle persone per parlare di noi e far sì che questa conversazione si avvii facilmente

In pratica si tratta di "confezionare storie per chi ama raccontare".

# COSA È DAVVERO IL PASSAPAROLA OGGI?

Prima di procedere, vorrei fare una premessa: il passaparola non è più quello che era fino a una decina di anni fa. Con l'arrivo di internet e dei motori di ricerca le dinamiche sono cambiate e il passaparola è più veloce, preciso, seguito e stimolato. Il risultato? Chiunque può cercare un tuo concorrente su web, ovunque si trovi, inserire le caratteristiche della tua stessa offerta e ricevere un prezzo migliore: immediato, gratuito, disponibile.

Chiunque può "recensire" il tuo pet shop su uno spazio specializzato, e quella recensione viene letta da potenziali clienti che in base a quella decidono se acquistare o meno da te.

# Ecco come è cambiato il passaparola:

- Ieri: Accadeva "se lavoravi bene" e accadeva "molto lentamente". Ci voleva "una vita" per costruirsi una reputazione.
- Oggi: Non accade più "se lavori bene" ma solo "se hai una strategia precisa" e accade istantaneamente. La facilità con la quale si può fare un post su Facebook o lasciare una recensione su Google MyBusiness è De-Va-Stan-Te!

Facciamo un esempio: Una persona acquista oggi il suo primo cane, e questo lo trasforma immediatamente in un tuo nuovo potenziale cliente. Questa persona cerca su internet informazioni sui pet shop della sua zona, invece che entrare nel primo che vede. Compare un bellissimo articolo che un giornalista tuo amico ha scritto sul tuo pet shop dieci mesi fa. Ma poi Google che fa? Propone subito sotto decine di articoli, commenti, recensioni su Google MyBusiness, post su blog sul tuo pet shop e su come lavori, scritti praticamente da chiunque, perché i motori di ricerca tra l'altro amano i blog. Risultato? Il passaparola ai tempi di Internet seppellisce pubblicità e giornalismo.

E nota bene che condividere opinioni, recensioni, giudizi e pareri non è un fenomeno d'élite ma ormai è un fenomeno di massa, con milioni di utenti che scrivono praticamente tutto e su tutti e la cosa è solo destinata a crescere. Pensa a quante polemiche sono nate online e si sono poi trasformate in vertiginose perdite di quote di mercato da parte delle aziende (ho parlato meglio di questo fenomeno nelle mie pagine di Comunicazione di Crisi, qui su Zampotta Pet Business).

Anche se quello che ti sto consigliando di fare sembra un "cambio di mentalità" in realtà voglio spingerti a compiere un "cambio di contabilità": le azioni che portano al passaparola devono diventare una voce fissa del tuo budget.





Quando inizio a lavorare con un cliente, nella sua suddivisione del budget aziendale, di solito sotto la voce "marketing" trovo voci simili a queste:

- Pubblicità online
- Volantini
- Mailing
- Promozioni in negozio

con relativi costi e ritorni.

Quello che invece non trovo quasi mai è la voce "Passaparola". Tanto "il passaparola non costa nulla" si pensa... ma è uno sbaglio grande!

In realtà il passaparola è una voce che va aggiunta (una volta creato il sistema per gestirlo) perché ti porta clienti gratuiti (quindi con un alto ritorno dell'investimento). Inoltre, nel momento in cui inizi a monitorare il fenomeno del passaparola tra le variabili del tuo marketing ciò che ritieni conveniente non lo è più.

Ti faccio un esempio:

hai un salone di tolettatura per cani, si spendono 65€ per tosare un cane medio. I locali sono molto belli, luminosi, puliti e ampi. Alle pareti ci sono quadri a olio bellissimi che rappresentano cani e gatti e viene diffusa una musica molto gradevole che rilassa. Poi per dare un po' di profumo al pelo del cane chiedi 23€. Fai il calcolo di quanti clienti servi al mese lo moltiplichi per quei 20€ extra e sei convinto di farci sopra un bel guadagno. Quando i clienti parlano con gli amici però, pensi che parlino dei quadri a olio alle pareti? No, diranno "Ambiente bellissimo, però ti fanno pagare anche l'aria che respiri".

La contabilità tradizionale non riporta quanti clienti non torneranno più in quella toelettatura o quanti nuovi clienti decideranno di non metterci mai piede perché quel "fanno pagare anche l'aria che respiri" è entrato ormai nella loro testa. Da quel momento quella toelettatura avrà perso molto più in fidelizzazione e in nuovi clienti di quanto non abbia guadagnato negli incassi dei singoli servizi (come ti ho scritto nello scorso numero dovresti sempre avere un sistema di Up Sell, ma deve far parte di una strategia ben studiata e non "da oggi faccio pagare anche l'aria").

# **LE REGOLE DEL GIOCO**

Le regole da seguire per un'efficace ed efficiente politica di passaparola sono facili da comprendere e da attuare.

- Sii interessante
- Sii semplice

Sii interessante: a chi interessa parlare di qualcosa di noioso? Se vuoi che la gente parli di te devi fare qualcosa di speciale. Non posso darti idee adatte a te, perché non conosco le caratteristiche del tuo pet shop, però posso dirti che non serve diventare matto e inventare chissà cosa. Fatti forte del fatto che generalmente in giro quasi nessuno sforza un po' il cervellino, quindi anche una sciocchezza risalta come un incendio nella notte.

- Una catena alberghiera del nord Italia ha cominciato col mettere un pesce rosso nelle camere. Tu cosa puoi mettere di particolare nel tuo pet shop?
- Una catena di fast food fa sandwich alti 17 cm. Tu cosa puoi fare di "esagerato" nel tuo pet shop?

Quindi, prima di fare un annuncio su Facebook, prima di mettere un nuovo prodotto in negozio, prima di cambiare l'insegna del tuo pet shop, fatti la domanda magica: qualcuno ne parlerebbe con un amico?

# **Pubblicità & Marketing**



Sii Semplice: Il passaparola è pigro. Perciò tu devi trovare un messaggio super semplice e aiutare le persone a condividerlo. Tutti i passaparola iniziano con un messaggio che verrà diffuso.

Come ti ho detto prima, non importa sia qualcosa di troppo fantasioso, anzi molto spesso le persone condividono più facilmente cose molto semplici e sciocche.

Brutto dirlo così brutalmente ma, quello che devi fare è usare le persone come "mezzi" dei tuoi messaggi, e come abbiamo visto nei numeri scorsi che ogni messaggio ha bisogno del suo giusto mezzo, così il giusto "mezzo" per fare passaparola sono solo le persone adatte.

La tua missione è trovare le persone che amano parlare di te e del tuo pet shop.

Il processo del passaparola consiste in:

- Identificare chi ama parlare di te;
- Selezionare un canale di comunicazione che li raggiunga regolarmente;
- Mantenerli soddisfatti e motivati.

Il passaparola non "accade da solo". Va progettato

# **CHI AMA PARLARE DI TE?**

A parte tua mamma, la risposta è "i conversatori".

Sai l'amico al quale ti rivolgi a colpo sicuro per un consiglio sulla macchina nuova da acquistare o sul nuovo gingillo elettronico? Ecco, quello io lo definisco un "conversatore". Il tuo compito è quello di scoprire chi sono i conversatori giusti per le tue proposte.

Ora vediamo dove possono nascondersi questi conversatori e come puoi scovarli.

# I clienti felici

I conversatori più comuni sono proprio i clienti felici che già hai. Qui il trucco sta nel distinguere i clienti semplicemente felici da quelli desiderosi di "chiacchierare". Questi ultimi sono generalmente quelli che conoscono il nome di tutti i tuoi dipendenti, che sono pieni di entusiasmo, quelli che fanno di tutto per avere informazioni di prima mano su nuovi prodotti, su particolari segreti per trattare il loro animale e su tutto quello che possono utilizzare per far la parte di quello che "ne sa di più" con gli amici.

Ma fai attenzione. Non confondere i clienti felici con quelli che spendono di più. Se vengo ogni settimana nel tuo pet shop a comprare il sacco di cibo per cani più costoso difficilmente sarò un gran conversatore perché per me quell'esperienza ormai è scontata. Ma se invece solitamente compro cibo normale e una volta al mese prendo il miglior sacco di cibo che hai in negozio è più probabile che quella per me sia una bella esperienza e sia più adatto a diventare un conversatore.

#### I navigatori

C'è qualcuno che ha postato qualcosa sulla pagina FB del tuo pet shop? Recensioni, lamentele e risposte sulla tua azienda e quello che fai? Se ha tempo e voglia di fare questo genere di recensioni, sta dimostrando un interesse speciale per le tue proposte. Cerca con tutte le tue forze questi navigatori, sono molto preziosi. Fanne una lista, manda loro un messaggio personale di ringraziamento. Sarà molto facile trasformarli in tuoi fan.



## I dipendenti entusiasti

I dipendenti possono essere tra i tuoi conversatori più efficaci. Spesso questo tipo di dipendenti hanno l'adesivo col logo sulla loro macchina, usano le penne brandizzate del pet shop e tutti i gadget personalizzati che fai; insomma dimostrano di essere orgogliosi di lavorare nel tuo pet shop.

#### I fan

Questo è il conversatore per eccellenza. Creare un gruppo di fan e sostenerlo dovrebbe essere uno dei tuoi più ambiziosi punti di arrivo.



Quindi, arrivati a questo punto, il tuo compito sarà quello di:

- *Trovare i conversatori:* le categorie ora le conosci. Naviga su internet, guardati in giro, chiedi, fai tutto quello che è necessario per reperire i tuoi conversatori.
- Sorprenderli: ad esempio con una lettera mirata, un gadget personalizzato, qualcosa che possano mostrare orgogliosi.
- Farli sentire speciali: ad esempio dicendo loro che nell'ambito della vostra ricerca annuale sui migliori clienti loro si sono piazzati ai primi posti. Fallo attraverso qualcosa di condivisibile con parenti e amici (attestati da esporre, T-Shirt, medaglie...)
- Incoraggiarli: dai loro la possibilità di interagire direttamente con te, con incontri o chat.
- *Divertirli:* fai un evento speciale. Non importa sia costoso. È il fatto di trovarsi insieme a te, con il tuo pet shop al completo, che renderà l'evento per queste persone qualcosa di unico e di cui parlare.
- Istruirli e armarli: favorisci il passaparola dando ai tuoi clienti del materiale già pronto da condividere che parli di te e incoraggi i loro contatti a visitarti. La classica tessera "porta un amico" va bene, specialmente se premia entrambi, sia il tuo cliente che il suo amico, ma puoi spingerti oltre. Puoi chiedere al tuo cliente di poter spedire a casa un regalo a qualcuno da parte sua, magari qualcosa identico a quello che ha appena comprato (un guinzaglio, una ciotola, un giochino di gomma nuovi) con la presentazione del tuo pet shop e uno sconto sul primo acquisto, addirit-

tura potresti farlo con ogni nuovo cliente che entra in negozio così da giocare subito sullo stupore dell'effetto sorpresa. Oppure potresti dare ai tuoi conversatori dei codici da inserire sul tuo sito web (che avrai progettato in modo da evidenziare i punti di forza del tuo pet shop) che danno diritto ai loro amici di ritirare un regalo nel tuo punto vendita. Certo, tutto questo ha un costo, non è gratis, ma come ti ho detto dovresti inserire la voce "passaparola" tra le azioni di marketing.

E con questa ultima fase abbiamo finito la progettazione del nostro motore di vendita avanzato. Dal prossimo numero andremo a studiare e approfondire meglio ognuna delle singole parti che abbiamo inserito nella nostra micidiale catena di vendita.

Let The Pet Business Grow!



## **FILIPPO GIUNTI**

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

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

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

www.senzacreativi.it - filippo@senzacreativi.it



con i massimizzatori del profitto!

NICOLA BENINCASA

# Padroneggia questi strumenti e garantisciti un aumento dei margini limitando il costo di acquisizione clienti

i sei mai chiesto che cosa occorre fare dopo aver concluso una prima vendita? L'errore che vedo fare più spesso nei negozi è quello di pagare ogni volta per un cliente. Che cosa significa? Significa che dovresti iniziare a calcolare il tuo costo di acquisizione clienti.

In poche parole: se una persona compra da te una volta e tu non lo ricontatti più, tu senza vederlo, hai pagato in qualche modo per avere quel nuovo cliente. O con la pubblicità, o con un volantino o con il passaparola. È un costo "fantasma", non si vede ma c'è.

Per non dover pagare ogni volta che si presenta un nuovo cliente questo dazio devi fare follow up ovvero mandare offerte ai tuoi clienti.

I clienti si pagano una volta sola. Non solo, dobbiamo far spendere il più possibile i nostri clienti per poter aumentare i margini. Sono i margini infatti che garantiscono cassa, che garantiscono investimenti e quindi salute e benessere per la tua attività.

Ecco che entrano in scena i "massimizzatori del profitto", quelli che da oggi dovranno diventare i tuoi migliori amici.

## LA LEGGE FONDAMENTALE DEL BUSINESS: CHI PUÒ SPENDERE DI PIÙ PER UN CLIENTE VINCE!

Questa è davvero la legge che dovresti stampare a lettere cubitali in negozio: la battaglia la vince chi sovraspende la concorrenza. Chi ha più soldi da spendere in pubblicità vince. Può sembrare semplice e brutale ma è la verità, puoi credermi. Devi mettere da parte soldi ogni mese per fare in modo che il tuo budget pubblicitario cresca mese dopo mese se non vuoi che i tuoi concorrenti vincano la partita.

In poche parole: se tu puoi spendere in marketing 100€ al mese e il tuo concorrente 1000€, puoi stare certo che anche con un negozio più brutto il secondo sarà il vincitore.



È necessario allora marginare di più per avere più soldi da mettere sul piatto.

Il primo modo per massimizzare i profitti è quello di vendere prodotti a fascia alta. Prodotti più cari significa prodotti con più margine. E, aggiungo io, clienti migliori.

# PERCHÉ AUMENTARE I MARGINI DEL TUO NEGOZIO

Aumentare i margini delle vendite del negozio ha diversi vantaggi:

- Avrai più soldi da spendere per acquisire clienti
- Avrai più soldi per migliorare i tuoi servizi
- Avrai più soldi per migliorare l'esperienza di acquisto per i tuoi clienti

Come si fa allora a migliorare i margini?

Dovrai prendere familiarità con questi 4 amici: up selling, cross selling, bundle e kit.

*Up selling* è la versione migliore di un prodotto. *Cross selling* significa mettere insieme prodotti correlati. *Bundle* significa mettere insieme in pacchetti specifici alcuni prodotti. *Un kit* è un kit credo non necessiti di spiegazioni.

Puoi vendere anche prodotti di altri (o fuori settore), magari in affiliazione. Il tuo costo di acquisizione cliente è già stato pagato quindi anche se margini meno comunque guadagni.



Detto questo vediamo allora come moltiplicare i margini del tuo negozio con i massimizzatori del profitto, strumenti per amplificare i margini di guadagno.

## COME MOLTIPLICARE I MARGINI DEL TUO NEGOZIO CON I MASSIMIZZATORI DEL PROFITTO

I massimizzatori del profitto sono tre:

- Velocità
- Automazione
- Accesso

Vediamo ciascuno nel dettaglio.

# **VELOCITÀ**

Puoi aumentare i tuoi margini rendendo il tuo servizio più veloce. Ovviamente facendolo pagare di più.

Consegni a casa? Offri due spedizioni, la standard a 5€ con consegna entro 7 giorni, la premium a 10€ con consegna in 24 ore.

# Tecniche di Vendita

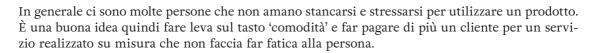
Puoi rendere più veloce:

- Una consulenza;
- Una consegna;
- Un accesso vip per i tuoi clienti;
- Caratteristiche particolari per un prodotto o servizio.

#### **AUTOMAZIONE**

Puoi automatizzare o rendere più comodo il tuo prodotto o servizio:

- Realizzando un servizio "su misura per te";
- Realizzando setup o montaggio di prodotti per i tuoi clienti.



#### **ACCESSO**

Puoi guadagnare di più vendendo prodotti o servizi con accesso limitato o extra, in ogni caso se il servizio è di fascia più alta non ci saranno problemi nell'alzare i prezzi.

# Alcuni esempi:

- Offri un supporto 24 su 24 7 giorni su 7;
- Garantisci brevi o certi tempi di risposta;
- Offri posti migliori se organizzi eventi;
- Crea un'anteprima per alcuni clienti.

I margini garantiscono cassa, investimenti e quindi salute e benessere per la tua attività

# UP SELL E CROSS SELL: I TUOI MIGLIORI ALLEATI PER SPINGERE LE VENDITE

In poche parole devi prendere confidenza con i tuoi migliori generali sul campo di battaglia: il generale up selling e cross selling. Ne ha parlato Filippo Giunti nel numero di settembre e per questo motivo non mi soffermo molto sulle definizioni. Vediamo invece applicazioni pratiche per aiutarti a guadagnare e vendere di più.

# **UP SELLING**

Sostanzialmente si parla di up selling quando prendo un prodotto o servizio e ne realizzo una versione migliore a un prezzo più alto per aumentare i profitti.

Esempi di up selling che puoi implementare da subito:

- upgrade è la versione aggiornata di un prodotto e servizio. Le novità lo renderanno più vendibile e più caro. Pensa ad un servizio classico di toelettatura per animali. Crea la versione premium o aggiornata di quello stesso servizio;
- product protection crea una garanzia oppure estendila se già esistente su un prodotto o servizio che vendi. L'allungamento della durata ne comporterà un costo maggiorato;
- personalizzazione vuoi che il servizio venga personalizzato? Nessun problema basta pagarlo di più. Sempre con l'esempio della toelettatura, puoi portarmi l'animale oppure posso venire a prenderlo e riportarlo;
- bundle crea pacchetti con più prodotti magari correlati.





Quando promuovere i tuoi up selling? La risposta è semplice: sempre. Via email o messaggio o nel punto vendita. Non essere troppo pressante ma ricorda che più l'offerta diventa familiare e più avrai chance di vendere.

# **CROSS SELLING**

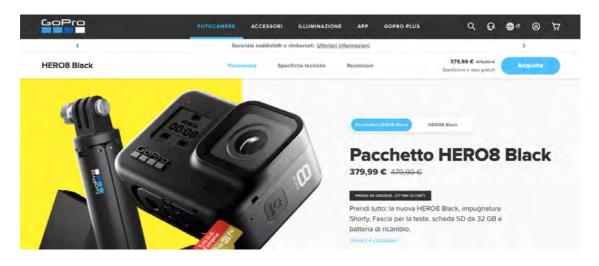
Il ragionamento è sostanzialmente lo stesso fatto sopra. Qui si parla di mettere insieme altri prodotti correlati per aumentare il peso specifico dello scontrino.



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

*Bundle* - il più famoso dei cross selling è il bundle ovvero impacchettare insieme prodotti e servizi. Puoi abbinare ad esempio il servizio di toelettatura che offri con i prodotti necessari per mantenerla a casa.

Puoi fare offerte sul cibo o su altri prodotti. Qui davvero non hai che l'imbarazzo della scelta. Un consiglio: prendi spunto da Amazon, veri maestri nell'arte di upsellare. Guarda come strutturano le offerte e prendi spunto per creare le tue.



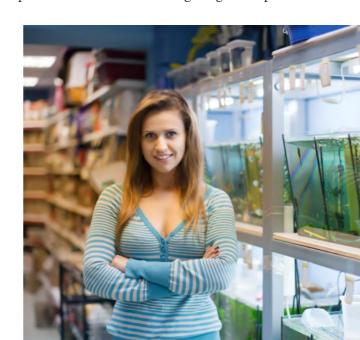
Come vedi ci sono molte idee per aumentare i profitti del tuo negozio grazie alla vendita dei massimizzatori.

Ovviamente puoi utilizzarne più di uno allo stesso tempo: contribuiranno tutti a farti guadagnare di più.

Up selling e cross selling: i tuoi due generali al servizio della massimizzazione dei margini

E come detto: più margini significa più soldi per l'acquisizione clienti che significa vincere sul mercato.

Alle tue Vendite.





come adoperarle per il tuo pet shop

**SILVIA MARINI** 

# Tra i contenuti del visual social più usato spopolano le stories, ecco cosa sono e come usarle per promuovere il tuo pet shop

el precedente articolo, ti ho parlato di come usare Instagram per promuovere on line il tuo negozio e allargare così il tuo pubblico. Tuttavia, per sfruttare al meglio tutte le caratteristiche della piattaforma Instagram, in ottica strategica per il tuo business, non basta conoscere i meccanismi generali alla base dei social network.

Trattandosi di un visual social, occorre scendere nel particolare.

La sua funzione più caratteristica è senza dubbio quella di creare delle storie: raccontare attraverso immagini e video altamente coinvolgenti la tua attività e quel che ti rende unico e diverso rispetto alla concorrenza, in modo tale da poter allargare la tua audience.

#### LE STORIES DI INSTAGRAM COSA SONO E A COSA SERVONO

Ma che cosa è una story? Una funzionalità con cui gli utenti possono pubblicare contenuti che, rispetto a quelli presenti nella bacheca, restano visibili on line soltanto 24 ore dal momento della loro pubblicazione.

È anche possibile corredare le stories di testo, disegni, emoticons, personalizzazione impossibile coi semplici post di Instagram.

Le stories sono solitamente appannaggio dei cosiddetti "Influencers", account di Instagram con grande seguito (1000 followers come base minima), che le adoperano con lo scopo di creare una relazione più intima con chi li segue e nel contempo promuovere prodotti di aziende diverse o per negozi come il tuo - offerte speciali e a tempo.

Se continuerai a leggere questo articolo scoprirai come:



- Creare le Instagram Stories
- Usare le storie per coinvolgere le persone che già ti seguono
- Comprendere se stai raggiungendo o meno i tuoi obiettivi di business

Uno dei principali errori che commettono gli imprenditori su Instagram, è quello di pubblicare solamente dei post che rimarranno nella propria griglia e saranno visti solo nel feed (la schermata principale dove scorrono i contenuti pubblicati da tutti gli utenti che segui su Instagram). In realtà, su questo social network potrai arricchire il tuo piano editoriale con una serie di contenuti; sia nella bacheca che nelle storie.

Le Instagram Stories hanno molte potenzialità e consentono di coinvolgere l'utente verso i tuoi contenuti per un arco temporale di 24 ore. Potrai pubblicare immagini, frasi o video della durata massima di 15 secondi.

Come per ogni strategia social, per le tue stories progetta sempre un piano editoriale

Ogni storia non può durare più di un minuto totale, tempo oltre il quale Instagram provvede automaticamente a frazionarla in singole clip da 15 secondi, senza disturbo per l'utente che le visualizza di seguito come un unico contenuto, poiché le stories si riproducono in automatico.

Se dovessi aver bisogno di creare un contenuto più ricco e quindi più lungo, è preferibile creare una Storia che faccia da introduzione all'argomento, per poi caricare tutto il contenuto su Instagram Tv. IGTV è un'applicazione video indipendente di Instagram per smartphone Android e iOS, che permette la pubblicazione e la visualizzazione di video più lunghi rispetto allo standard di Instagram.

Trascorso un giorno, il contenuto non sarà più visibile all'utente, salvo non sia impostata la funzione "metti in evidenza", che consente alle persone di rivedere la storia dal tuo profilo aziendale. Questa scelta va fatta al momento della creazione della storia o entro le 24 ore.

#### **COME SI CREA UNA STORIA IG**

Ma quali sono i passaggi per creare una Storia?

Prima di tutto devi accedere al tuo account. Successivamente clicca sull'icona della fotocamera in alto a sinistra, dove ti sarà richiesta l'autorizzazione di accesso alla fotocamera e al microfono. Rilasciato il consenso, potrai finalmente creare la tua storia; caricare un'immagine, fare una diretta o sperimentare altre funzioni.

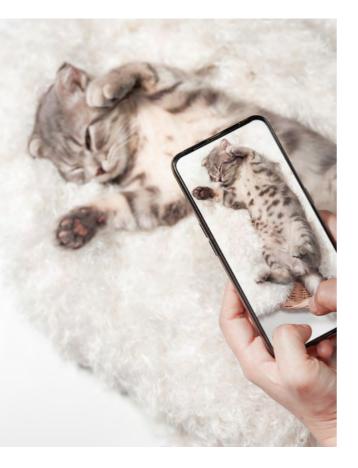
Tra le varie opzioni, una volta creata la tua storia, potrai impostare la privacy per il tuo contenuto: ad esempio decidere se farla visualizzare a tutti i tuoi follower o solo ad alcuni, consentendo la risposta a un numero limitato, o permettere o meno la sua condivisione nelle storie degli altri utenti.

A questo punto sai come creare delle storie, ma quali sono i vantaggi per la tua azienda?



# **Social Media Marketing**

Di seguito ecco alcuni suggerimenti per comprendere come possono esserti utili per il tuo business.



#### Inserisci delle call to action

Le call to action nel marketing sono degli inviti all'azione. Ogni volta che crei un contenuto sui social devi trovare la risposta a questa domanda "Cosa voglio che faccia il mio pubblico?" Come per ogni post è necessario ricordare la regola "ogni 5 post, uno promozionale", anche le storie seguono una loro logica, unita a un pizzico di ingegno. Infatti, non potrai essere troppo diretto e cacciare la tua vena da venditore! Una volta creata la tua storia potrai inserire frasi come "link in bio", per far scoprire di più all'utente sulla tua attività.

#### Organizza le storie come post in evidenza

Quando impari a conoscere Instagram, ti accorgerai di come sia un canale perfettamente ordinato.

Più impari a curarlo in ogni dettaglio, più attrarrai pubblico e aumenterai il numero dei tuoi follower.

Per fare questo e per avere una comunicazione chiara di ciò che puoi offrire ai tuoi clienti, una volta creata la storia, prima che

# Organizza un piano editoriale

Non smetteremo mai di ripetertelo: prima di andare a creare un qualsiasi tipo di contenuto, è importante partire dagli obiettivi ma anche da un piano editoriale. Perciò il primo consiglio è organizzare le tue storie all'interno di un calendario; proprio come per i post, anche le storie possono essere programmate con delle apposite app. Se ancora sei alle prime armi, allora ti consiglio ti creare giornalmente un tuo contenuto da postare immediatamente nella storia.

# Cura lo stile grafico

Per rendere riconoscibile il tuo brand agli occhi dei tuoi potenziali consumatori usa gli stessi schemi visuali (template) nelle storie, in modo tale che ogni volta che le persone vedranno il contenuto, sapranno già a chi appartiene. Per fare questo non devi essere un esperto di grafica; Instagram mette a disposizione dei temi già preconfezionati e l'importante è che ricordi di associare a ogni tipo di contenuto, uno stile specifico. Questo ti consentirà di creare delle rubriche con cadenza fissa e abituare il pubblico ai tuoi contenuti; per fargli capire ciò di cui parli e cosa vuoi comunicare.





scadano le 24 ore, mettila nei "contenuti in evidenza" e crea delle categorie di riferimento. Potrai realizzare delle sezioni come quella dei gatti, dei cani, dei roditori e così via. In questo modo, quando le persone entreranno nel tuo profilo, in alto potranno sempre vedere le tue storie precedenti e cliccare per visualizzarle, solo cliccando sull'icona appartenente a quella categoria. In questo modo, con un click potranno comprendere di più su di te e - se la tua storia ha una call to action convincente - basterà un secondo per approdare sul tuo sito web o recarsi presso il tuo punto vendita.

Ogni volta che crei un contenuto devi pensare a che reazione vuoi suscitare nel pubblico

#### Analizza i risultati

Un buon piano e dei bei contenuti senza un'accurata analisi di cosa ha funzionato e cosa no, non è una strategia completa. Per capire se stai percorrendo la strada giusta che ti farà raggiungere i tuoi obiettivi di business e aumentare il tuo scontrino medio, allora devi analizzare le reazioni ai contenuti da parte del tuo pubblico. Quando il tuo profilo avrà raggiunto almeno 100 followers potrai vedere la voce degli "insight" e comprendere i risultati delle storie. Per esempio, analizzando le sue visualizzazioni o i like e le menzioni negli account esterni, ti farà capire come continuare a procedere e quali contenuti pubblicare.

Adesso sai come creare una Storia su Instagram.

Mi raccomando, come in qualsiasi attività sul Web e sui Social in particolare, occorre fissare degli obiettivi da raggiungere.

Devi sempre farti la domanda: che reazione si vuole suscitare nel pubblico? Ammirazione? Interesse? Sorpresa?

Le Stories andranno pensate e realizzate in funzione della risposta che ti sei dato. Ad esempio se vorrai suscitare ammirazione nel tuo pubblico, non farai una storia divertente e ironica, ma piuttosto una che mostri la professionalità del tuo negozio.

Come ogni strategia social, ricorda poi di non creare e pubblicare Stories "a sentimento", ma inseriscile all'interno del tuo piano editoriale settimanale (in quanto a frequenza, ti consiglio almeno una ogni sette giorni).



#### SILVIA MARINI

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

https://webmarketing.miofunnel.com/presentazione

## **Nuovi sapori** dalla Baviera

Morbide sfiziosità a forma di cuore e carne bavarese delicatamente essiccata: ecco gli snack 2020 firmati Happy Dog





Chi sa resistere allo sguardo del proprio cane di fronte ad una golosità? Meglio ancora se la leccornia proposta è sana e di qualità, proprio come i nuovi snack Happy Dog. Il famoso marchio tedesco bavarese con oltre trecento anni di storia di amore e passione per l'alimentazione animale alle spalle, amplia quest'anno la sua gamma prodotti con due linee di snack: Soft Snack e Meat Snack.

#### Soft Snack: morbide sfiziosità a forma di cuore

Cosa rende i Soft Snack così speciali? L'esclusiva forma a cuore e la ricetta priva di conservanti chimici e zuccheri aggiunti. La linea offre sei referenze, di cui quattro a singola fonte proteica animale, tutte senza glutine: Ireland con Coniglio e Salmone senza grano; Toscana con Anatra e Salmone senza grano; Africa con pregiato Struzzo africano senza cereali; Montana con Cavallo senza cereali; Neuseeland con delicato Agnello senza grano; France con Anatra senza cereali. Tutte le referenze si presentano in bustine ermetiche da 100 g.





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







#### **Meat Snack: carne bavarese** delicatamente essiccata

La particolarità dei Meat Snack è la ricetta: la carne, delicatamente disidratata, proviene dai dintorni dell'azienda situata a Wehringen, per una produzione responsabile e sostenibile. La linea propone quattro referenze a singola fonte proteica animale e prive di glutine, senza conservanti chimici né zuccheri aggiunti: Black Forest con Cavallo e Patate; Bavaria con Manzo e Patate; Grassland con Agnello e Patate; North Sea con Anatra e Patate. Tutte le referenze si presentano in pratiche bustine ermetiche da 75 g. (E.P.)

#### **NEW FLAVOURS FROM BAVARIA**

Soft delicacies heart shaped and with gently dried Bavarian meat: here are 2020 treats from Happy Dogs

Who is able to resist to dogs looking at a delicacy? Even better if the delicacy is healthy and quality, just like new Happy Dog treats. The famous Bavarian German brand, with over 300 years of love and passion for pet nutrition, broadens its product range with two treat lines: Soft Snack and Meat Snack.

#### SOFT SNACK: SOFT HEART-SHAPED

What makes Soft Snack so special? The exclusive heart shape and the recipe free from chemical preservatives and added sugar. The line offers six products, four with single animal protein source, all gluten free: Ireland with Rabbit and Salmon, without wheat; Tuscany with Duck and Salmon, without wheat; Africa with fine African Ostrich, without cereals; Montana with Horse and no cereals; Neuseeland with delicate Lamb, without wheat; France with Duck and no cereals. All products come in airtight 100g pouches.

#### MEAT SNACK: GENTLY DRIED BAVARIAN MEAT

Meat Snack peculiarity lies in the recipe: the gently-dried meat comes from local suppliers in Wehringen, to ensure responsible and sustainable production. The line includes four products with single animal protein sources, free from gluten, chemical preservatives or added sugar: Black Forest with Horse and Potato, Bavaria with Beef and Potato, Grassland with Lamb and Potato, North Sea with Duck and Potato. All recipes come in handy airtight 75g pouches.



Meate Soft Snack





Ideali sia come snack che come ricompensa.

Made in Germany

## Tessuti hi-tech e fiocchetti colorati

Proponi ai tuoi clienti pet un inverno vestito di bei colori e comodi modelli regolabili e molto pratici da indossare e trasportare



Modelli classici, unisex e adatti a ogni occasione e soprattutto, realizzati con la massima attenzione alle richieste cardine del cliente al pet shop: praticità, comfort, e buona vestibilità. Arriva *Metropolitan* 2020/21, la nuova collezione di abbigliamento invernale di Farm Company.

#### Per vestire la moda di città

Nella gamma dei piumini imbottiti spicca il piumino *Melange*, con un'ampia capacità di regolazione dovuta alla banda con velcro richiudibile sulla schiena, per migliorare la vestibilità e proteggere maggiormente il torace. È dotato di asola per l'aggancio del guinzaglio e di cordini passazampa per permettere alla parte posteriore di restare aderente al corpo del cane. La colorazione mélange della parte inferiore, da cui prende il nome, si abbina ai bordi delle due tasche decorative presenti sul dorso, apribili grazie alla comoda zip. Disponibile in 3 varianti: rosso, grigio e blu e in taglie dalla 25 alla 50.



Il piumino City ha sul dorso il porta-sacchetti removibile grazie ai due piccoli bottoni a pressione ed è dotato di una fettuccia in velcro per fissarlo a guinzagli, borse, cinture etc.

Corredato di un pratico cappuccio anch'esso removibile, il piumino *City* è regolabile tramite una doppia chiusura con velcro all'altezza di collo e torace. Disponibile in due colorazioni, arancione e viola, è dotato di asola per guinzaglio e cordini passazampa.

Caratterizzato dalla colorazione effetto lucido nelle tonalità blu e silver, il piumino *Galaxy* 



FARM COMPANY tel. 015511310 www.farmcompany.it info@farmcompany.it



sfrutta la stessa tecnologia di regolazione di *Melange* ed è dotato di elastico a coulisse in prossimità della coda.

Anche in questo modello, non mancano asola per il guinzaglio e cordini passazampa.



#### Sempre impeccabili

Nella collezione dolcevita, Farm Company introduce il nuovo modello a trecce *Chic*, nei colori rosso, blu e grigio, con un morbido colletto a strisce che richiama la fantasia rigata del fiocchetto sul dorso.







Si ampliano le colorazioni del dolcevita *Intrec*cio, con le nuances lilla e blu petrolio, mantenendo la stessa comoda vestibilità e l'elegante lavorazione geometrica che hanno reso questo modello il best seller della scorsa stagione.

Nella collezione *Metropolitan* è presente anche una vasta gamma di impermeabili: dal modello pocket *SempreConTe*, richiuso nella pratica bustina, al *Duo*, pratico in ogni stagione grazie al suo interno removibile in pile, fino al più tecnico *Petshell*, dal tessuto high-tech antivento, con bande catarifrangenti. (M.C.)



#### **HI-TECH FABRICS AND COLOURED RIBBONS**

Provide your customers with a winter full of colours and comfortable adjustable models, easy to wear and to carry

Traditional, unisex models suited for any occasion and attentive to the demands of customers: handy, comfortable and excellent vestibility. Here *Metropolitan 2020/21*, the new winter apparel collection by Farm Company.

#### URBAN FASHION

The range of quilted jackets includes *Melange*, with adjustable velcro band on the back: improved vestibility and extra protection on the chest. Equipped with leash ring and leg loops to keep it on the dog's back. The mélange colour of the lower part matches the trims of the two decorative zip pockets on the back. Three colours are available: red, grey and blue. Sizes from 25 to 50.

City quilted jacket has a bag-holder on the back, which can be removed thanks to snap buttons. Moreover, thanks to the velcro band it can be fastened to leashes, bags, belts etc. City quilted jacket also includes handy removable hood and it can be adjusted thanks to two velcro bands, on the neck and on the chest. Two colours are available: orange and violet. It also features leash rings and leg loops.

Galaxy quilted jacket is available in shiny blue or silver colours. The jacket can be easily adjusted thanks to velcro band on the back. Moreover, it features a coulisse band near the tail. This model also includes leash ring and leg loops.

#### ALWAYS FLAWLESS

The collection of polo necks by Farm Company includes new *Chic* model with cable knit, available in red, blue and grey colours. The polo neck features a soft striped collar matching the pattern of the back ribbon. *Intreccio* polo neck features new colours lilac and dark blue-green, with the same comfort and vestibility, as well as elegant geometric pattern of last year best-selling model.

Metropolitan collection also includes a broad selection of raincoats: SempreConTe pocket raincoat in handy bag, Duo with removable fleece padding, Petshell with windproof high-tech fabric and reflective bands.







## SCOPRI I NOSTRI PRODOTTI SU

www.farmcompany.it **f** FarmCompanyBiella

### CONTATTACI PER CREARE IL TUO GREEN CORNER



# **Una super linea** col 65% di vitalità in più

Un programma nutrizionale completo e appetibile con l'inclusione di carne fresca per una digeribilità ottimale



Molti proprietari, osservando i propri pet, ne colgono l'istintivo desiderio di correre, vagare e stare all'aria aperta. È naturale quindi che nel rivolgersi al professionista specializzato per un consiglio sull'alimentazione, chiedano prodotti che tengano conto di questa propensione naturale del loro animale.





Tale osservazione ha portato Monge a sviluppare la innovativa linea di alimenti BWild "Feed the Instinct" in grado di fornire l'energia e i nutrienti essenziali per permettere ai nostri animali di vivere seguendo il loro istinto naturale. Questo è dovuto in particolare all'elevata inclusione di ingredienti di origine animale (maggiorata del 65%) che supporta la vitalità e l'appetibilità ottimale in ogni ricetta, nonché all'alta digeribilità proteica grazie all'inclusione di carne fresca.

Tali materie prime sono state combinate – in virtù dei risultati della ricerca made in Italy che ha permesso lo sviluppo di una nutrizione avanzata e più consapevole - con ingredienti comunemente definiti come "funzionali", appartenenti alla categoria superfood e con mix di frutta e verdura selezionati per le loro proprietà nutrizionali.



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







#### I plus della linea

Nella linea BWild è possibile trovare ingredienti come gli Xilo-Oligosaccaridi per il supporto del benessere intestinale, i Mannano-oligosaccaridi per la regolarizzazione del tratto intestinale, la Spirulina una micro alga con proprietà antiossidanti per neutralizzare i radicali liberi, la Yucca Schidigera per limitare gli odori sgradevoli, la Glucosamina per il supporto della cartilagine e il solfato di Condroitina per favorire l'elasticità articolare.

I superfood sono ingredienti descritti come ricchi di nutrienti, in grado di supportare il benessere fisiologico dell'animale. Ne citiamo alcuni come i semi di lino per la morbidezza e la lucentezza del pelo e l'avena ricca in fibre insolubili per un regolare assorbimento intestinale.





Nel pieno rispetto della sua filosofia nutrizionale, *Monge BWild* è formulata senza coloranti e conservanti artificiali aggiunti. La conservazione è favorita dall'utilizzo di estratti di tocoferolo da oli vegetali.



#### **Low Grain oppure Grain Free?**

Il pet shop grazie a Monge può offrire al proprietario un programma nutrizionale completo e differenziato per taglia, età, condizioni fisiologiche e suddiviso in *Low Grain* e *Grain Free*, in modo da garantire a ciascuno un'alimentazione dedicata e bilanciata.

Gli alimenti della gamma Monge BWild Low

Grain sono formulazioni senza patate e con un ridotto contenuto di cereali (rispetto al prodotto di mantenimento standard *Special Dog Excellence Medium Adult Pollo*), con fonte proteiche animali alternative come cervo, oca e cinghiale per il cane e lepre, acciughe e oca per il gatto.

Invece le ricette Monge BWild Grain Free sono formulate senza cereali, con fonti di carboidrati alternative come le patate, i piselli e la tapioca. Da oggi sono disponibili due nuove referenze per il cane nei gusti Agnello e Salmone e quattro nuovi gusti per il gatto con le proteine animali: Merluzzo, Bufalo, Tonno e Salmone.

Sempre grande novità sono gli umidi *Grain Free* per cane in lattina da 400 g in cinque varietà tutte con zucca e zucchine (*Puppy & Junior Anatra*, *Adult Agnello*, *Adult Salmone*, *Adult Tacchino*, *Mini Adult Anatra*) e per gatto in buste monodose da 85 g, ai gusti *Acciughe*, *Merluzzo*, *Salmone*, *Tonno*, *Cinghiale e Bufalo* per gattini e gatti adulti di taglia grande.

*Monge BWild* è made in Italy e No Cruelty test ed è un marchio riservato a pet shop e negozi specializzati. (L.D.)

#### **SUPER LINE WITH 65% EXTRA VITALITY**

Complete and palatable nutritional plan, with fresh meat for excellent digestion

Several pet owners know that cats and dogs have an instinctive desire of running, wandering and spending time outdoors. That is why, when they turn to retailers for tips on food, they look for products also focusing on this natural inclination.

That is how Monge developed the innovative line of *BWild "Feed the Instinct"* products, capable to ensure the ener gy and nourishing substances essential to help pets live according to their natural instinct. Products contain over 65% ingredients of animal origin, to support the perfect vitality and palatability in every recipe, besides elevated protein digestibility thanks to fresh meat.

Ingredients are combined with "functional" superfood ingredients, according to the made-in-Italy research leading to advanced and aware nutrition – and mix of fruit and vegetables selected for their nutritional features.

#### LINE PLUS FEATURES

BWild line contains ingredients such as xylo-oligosaccharides for intestinal well-being, mannan-oligosaccharides for intestinal regularity, spirulina (antioxidant effect against free radicals), yucca schidigera against foul odours, glucosamine for cartilages and chondroitin sulphate for articular elasticity.

Superfood are ingredients rich in nourishing substances, capable to support the pets' physiological well-being. For example, linseeds ensure soft and shiny fur, oat is rich in insoluble fibres for regular intestinal absorption.

In line with its nutritional philosophy, *Monge BWild* is free from added artificial colouring and flavouring agents. Tocopherols from vegetable oils preserve the product.

#### LOW GRAIN OR GRAIN FREE?

Specialized shops can provide pet owners with a complete nutritional plan according to age, size, physiological conditions and *Low Grain* or *Grain Free* recipes, in order to provide specific and balanced nutrition.

Monge BWild Low Grain products are free from potatoes and with reduced cereal intake (compared to standard maintenance product Special Dog Excellence Medium Adult Chicken), with alternative animal protein sources such as venison, goose and boar for dogs plus hare, herring and goose for cats.

Monge BWild Grain Free recipes contain alternative sources of carbohydrates such as potatoes, peas and tapioca. There are two new recipes for dogs (Lamb and Salmon) and four new flavours for cats with animal proteins (Cod, Buffalo, Tuna and Salmon).

The range also includes wet *Grain Free* recipes for dogs in 400g tins with pumpkin and zucchini (*Puppy & Junior Duck, Adult Lamb, Adult Salmon, Adult Turkey, Mini Adult Duck*). The wet products for cats are available in 85g single-serve pouches: *Herring, Cod, Salmon, Tuna, Boar and Buffalo* for kittens and large adult cats.

Monge BWild is made in Italy and certified no cruelty test. The brand is dedicated to specialized shops only.

# **Ottieni subito** una rifinitura perfetta

Soffiatori potenti e affidabili e uno spray nutriente ideale per spazzolare e nutrire il mantello



Per ottenere il massimo risultato dalla toelettatura e quindi avere clienti soddisfatti del lavoro eseguito, occorre prestare la massima attenzione a ogni fase e in particolare alla rifinitura. Il consiglio è iniziare con un soffiatore che abbia un buon getto d'aria da puntare nel verso del pelo, in modo da eliminare l'acqua e stirare perfettamente il mantello. Terminare

<u>Mitalsystem</u>

**ITALSYSTEM SAS** di Alberto Bianchi & C. tel. 0541731428 fax 0541731328 www.1allsvstems.com info@1allsystems.com



con il phon e poi spazzolare aiutandosi con un buono spray condizionatore.

La garanzia di un risultato ottimale dipende molto dai prodotti e dalle attrezzature, come quelli che si possono trovare nell'assortimento di alta qualità di Italsystem.

#### Performanti e affidabili nel tempo

I soffiatori Blaster e Master Blaster in acciaio sono ideali per l'asciugatura di tutti i mantelli specialmente quelli più folti e difficili da trattare, grazie alla loro grande potenza: 4+4 cavalli e 1100 e 2200 W. Sono dotati di un tubo flessibile ed estensibile di ben 3 m in neoprene - materiale flessibile e robusto praticamente indistruttibile - completo di cono finale e bocchettone piatto. Il potente soffio regolabile velocizza notevolmente i tempi di asciugatura. Blaster e Master Blaster presentano un nuovo rivestimento che passa da lucido a opaco, per renderlo più robusto e a prova di antiestetici graffi. I soffiatori sono disponibili in diversi modelli, su piedi, su ruote, con placca a muro, neri o colorati, velocità singola o doppia e completi di potenziometro.





#### Pelo lucido, colore brillante

Come tocco finale dopo l'asciugatura, ottimo è Mat Blaster Plus, lo spray condizionatore arricchito con olio di lanolia, ideale per spazzolare, districare facilmente il pelo, prevenire la formazione di nodi e donare una leggera e gradevole profumazione.

È un prodotto molto versatile, ottimo come rifinitore di mantello ma utilizzabile anche fra un bagno e l'altro, o ancora, prima della spazzolatura. Si presenta in flacone spray aerosol da 473 ml ed è un prodotto che il toelettatore può utilizzare sia per razze canine che feline.

Lo si può consigliare anche al singolo proprietario, da applicare a casa per migliorare il benessere del mantello.



Lo spray non unge quindi non attira la polvere, protegge il pelo dal passaggio della spazzola e rinnova il nutrimento sulle punte, che sono la parte più delicata del mantello.



La formulazione leggera all'olio di lanolina permette di nutrire il pelo senza appesantirlo, rendendolo adatto anche per i peli più fini e i doppi mantelli.

#### Nutriente e protettivo

Mat Blaster Plus lucida tutti i mantelli corti ed esalta il colore della tessitura donando così un ottimo effetto finale. Il suo utilizzo è molto semplice. Basta spruzzare in modo omogeneo da una distanza di circa 30 cm e spazzolare fino a completo assorbimento. Se applicato più da vicino, su frange e punte del mantello, elimina la staticità, dona corposità e riordina il pelo soprattutto in presenza di punte secche o rovinate. L'effetto finale è sempre un pelo lucido, dal colore brillante, con in più la

Beight

sicurezza di aver applicato un buon condizionatore nutriente e protettivo per il mantello.



L'uso regolare di *Mat Blaster Plus* procura benefici anche alla pelle che diventerà più elastica, correttamente nutrita e quindi aiuta a prevenire la formazione di forfora o desquamazione. (G.M.)

#### PERFECT FINISHING TOUCH

Powerful and reliable blowers, combined with a nourishing spray to brush and nourish the coat

In order to ensure the best grooming result and satisfied customers, it is necessary to pay attention to each grooming step, finishing in particular. Start with a blower and the correct airflow; direct it towards the hair growth, in order to remove water and to straighten the coat. End with dryer and brush with a conditioning spray.

The best result is also related to products and equipment, just like those available in Italsystem range.

#### PERFORMING AND RELIABLE IN THE LONG TERM

Blaster and Master Blaster steel blowers are suited to dry all coat types, especially thicker coats that are also hard to groom, thanks to their power: 4+4 horses and 1100 and 2200 W. They feature flexible and extendable 3m neoprene (flexible, strong and basically indestructible) pipe with final cone and flat end. The powerful and adjustable airflow strongly reduces drying times. Blaster and Master Blaster feature a new mat film to make it stronger and scratch-resistant. Various models available: free-stand on wheels, wall-hanged, black or coloured, single or double speed and with potentiometer.

#### SHINY FUR, BRILLIANT COLOUR

For the final touch after drying the coat there is *Mat Blaster Plus*, the conditioning spray with lanolin oil. It is excellent to brush and disentangle fur, prevent tangles and add a light and gentle scent.

The versatile product can be used as coat finisher, but also in-between baths or before brushing. It comes in 473ml aerosol spray bottle and it is suited for both cats and dogs.

It can also be recommended to pet owners, to improve the coat's well-being at home.

The spray is not greasy, thus it does not attract dust; moreover, it protects fur during brushing and restores nourishment on hair tips, which are the most delicate part of the coat. Its light formula with lanolin oil nourishes the fur without overload. It is also suited for thin fur and double coats.

#### NOURISH AND PROTECT

Mat Blaster Plus polishes short coats and enhances the coat's colour, for the perfect final touch. It is easy to use. Just spray it evenly from 30cm and brush until it is completely absorbed. If sprayed nearer the coat, on fringes and coat tips, the spray removes the static effect, adding volume and restoring dry or damaged tips. The final result is a shiny coat with brilliant colour. Moreover, the product ensures a nourishing and protecting conditioning effect on the coat.

Using Mat Blaster Plus regularly provides beneficial effect to skin as well: more elasticity, correct nourishment, prevention of dandruff or desquamation.

# Perché i carnivori non sono tutti uguali

Life alimenta il gatto secondo natura, come un carnivoro puro. Ma differenzia la gamma per ogni tuo singolo cliente

Il brand Life da anni si è affermato nel segmento dei prodotti umidi naturali per cani e gatti ed è un marchio che piace al cliente del pet shop per le sue particolari caratteristiche. Life, seguendo la sua mission, ha sempre ricercato il massimo dell'appetibilità nel rispetto della qualità delle materie prime e dei principi dell'alimentazione naturale. Questo approccio ha portato alla nascita di interessanti linee di prodotto, come le ricette da 150 g per gatti o le lattine mono dose da 85 g. Nel tempo è riuscita a diventare un brand importante per un'ampia quota di consumatori, che l'hanno scelta come riferimento per gli alimenti umidi da dare al proprio cane o gatto. Ma anche per i negozianti che grazie a Life sanno di poter contare su un partner redditizio e affidabile.

Oggi, Life compie un passo estremamente importante. Ovvero, il lancio di una linea di alimenti secchi per gatti.

#### Cosa vuole chi acquista abitualmente Life?

Life ha scelto di sviluppare questa linea per rispondere alla sua base di fedeli consuma-





**LIFE PETCARE SRL** tel. 0575411013 fax 0575416496 www.lifepetcare.it info@lifepetcare.it







tori che, da tempo, richiedevano i croccantini. E anche nella composizione della gamma prodotti e delle formulazioni che ne stanno alla base, Life non ha potuto che farsi una domanda. Ovvero: cosa vuole chi acquista abitualmente Life? La scelta è stata, quindi, naturale, ovvero provare a fare un prodotto di qualità nutrizionale che rispettasse i principi dell'alimentazione naturale, alla base della filosofia Life.

#### **Primo ingrediente:** carne e pesce freschi

Il posizionamento naturale di Life è sempre stato sintetizzato nel suo slogan "Nutrizione secondo natura" e nel caso del gatto questo vuol dire alimentarlo come un carnivoro puro. Per questo motivo tutti i prodotti della linea di















alimenti secchi *Life* hanno carne o pesce freschi come primo ingrediente.

Questa materia prima non abbandona la catena del fresco fino al momento della cottura finale, a differenza della farina di carne, mantenendo quindi intatto il suo valore nutrizionale e il gusto.



## Una gamma differente per clientela diversificata

Con questa linea, *Life* ha voluto provare a coprire più segmenti di mercato per soddisfare le esigenze di consumatori diversi: da chi vuole un grain free a chi cerca un prodotto facilmente digeribile perché fatto con una sola proteina animale (appunto *Sensitive*), da chi vuole un alimento per gatti sterilizzati a chi ricerca alte percentuali di carne per il suo felino.

La gamma di prodotti è costituita dai formati 400 g e 1,5 kg nei gusti:

- Adult ricco in manzo;
- Adult ricco in pesce;
- Adult ricco in pollo;
- Sensitive al maiale;
- Grain free al pollo;
- Kitten al pollo.

Mentre per gatti sterilizzati, ai due formati classici si aggiunge la versione da 7 kg nei gusti:

- Sterilized al pollo;
- Sterilized al salmone.

#### La linea "Ricco in"

In questa linea, spiccano i tre prodotti per gatti adulti - *Ricco in manzo*, *Ricco in pesce e Ricco in pollo* – che hanno due caratteristiche fondamentali: essere low grain e le percentuali di ingredienti animali oltre il 65%. Elementi che posizionano il prodotto nella fascia di qualità più alta del mercato, ma che per volere dell'azienda manterranno comunque un prezzo estremamente vantaggioso. (N.F.)

#### **BECAUSE CARNIVORES ARE NOT ALL ALIKE**

Life feeds cats naturally, as pure carnivores. The range varies to suit all of your customers

Life brand is already well established in the segment of natural wet food for cats and dogs. Customers of specialized shops love the brand because of its special features. According to its mission, Life always focuses on extreme palatability combined to quality raw ingredients and natural nutrition. This approach led to interesting product lines, such as 150g recipes for cats or single-serve 85g tins. With time, it has become an important brand for a broad share of customers: a point of reference in terms of wet food for cats and dogs.

Retailers know that *Life* is a profitable and reliable partner. Today, Life makes an extremely important step: the launch of the dry food line for cats.

#### WHAT DO LIFE CUSTOMERS WANT?

Life chose to develop the new line to meet the demand of its loyal customers asking for kibbles. While developing the products and the formula, Life wondered: what do Life customers want? The choice was natural: quality products that were also respectful of natural nutrition, the core philosophy of Life.

#### FIRST INGREDIENT: FRESH MEAT AND FISH

The natural feature of *Life* is always reflected by the claim "*Nutrition according to nature*": for cats it means nutrition as pure carnivores. That is why all *Life* dry food features meat of fish as first ingredient.

Raw meat or fish remains in the cold chain until its final cooking, unlike meat flour: the nutritional value and flavour remain unaltered.

#### VARIED RANGE FOR VARIED CUSTOMERS

With the new range *Life* aimed at covering new market segments, in order to meet the needs of varied types of customers: those who look for grain-free food or digestible and single-protein food (*Sensitive*), those who look for food for neutered cats or food with elevated meat percentage.

The range of products is available in 400g and 1.5kg bags:

- Adult rich in beef;
- Adult rich in fish:
- Adult rich in chicken:
- Sterilized with chicken;
- Grain free with chicken;
- Kitten with chicken.

For neutered cats, besides 400g and 1.5kg bags, there is also 7kg bag:

- Sterilized with salmon;
- Sensitive with pork.

#### LINE "RICH IN"

The line includes three products for adult cats – *Rich in beef, Rich in fish* and *Rich in chicken* – with two main features: low grain and over 65% of animal ingredients. That is why the product is placed in the highest market segment, even though the company chose to maintain an extremely profitable price.

Corretta alimentazione

= benessere

**Una linea con il corretto rapporto** tra nutrienti modulato per le specifiche esigenze nutrizionali dei conigli e delle diverse specie dei piccoli roditori da compagnia



Coniglietti e piccoli roditori sono ormai gli animali più diffusi nelle case italiane dopo cane e gatto. Trattandosi di animali sensibili, intelligenti, vivaci, affettuosi e con una propria personalità definita, hanno bisogno di relazioni affettive, di gioco, di cure veterinarie e di un'alimentazione specifica.

Con l'evolversi della medicina veterinaria, i piccoli mammiferi hanno conosciuto un notevole allungamento della loro vita media. La più approfondita conoscenza della fisiologia digestiva di questi animali ha portato alla determinazione di una stretta correlazione tra corretta alimentazione e buona salute. Per garantire un ottimale supporto alimentare è essenziale tenere in considerazione le diversità interspecifiche utilizzando prodotti formulati in conformità ai più recenti studi e adatti alle peculiarità digestive delle diverse specie.

La linea di alimenti Physiologic è la risposta alla domanda sempre crescente di alimenti che abbiano come obiettivo primario la salute e il benessere dei roditori ed è stata messa a punto da veterinari esperti in alimentazione degli animali esotici (in conformità con le linee guida FEDIAF e SIVAE) che hanno modulato la formulazione di ogni prodotto sulle specifiche esigenze e sulla fisiologia di-



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





gestiva non solo delle diverse specie ma in alcuni casi anche sulle diverse fasi della vita.

#### Cinque prodotti per la specificità digestiva di ogni specie

I Physiologic sono disponibili in cinque referenze: Conigli Cuccioli per i conigli in accrescimento, Conigli Adulti per i conigli dal 6° mese di vita, Cavie per le cavie, Piccoli Erbivori per gli altri roditori erbivori, Piccoli Onnivori per i roditori onnivori.

Sono alimenti ben equilibrati che possiedono tutti i requisiti richiesti a un ottimo alimento:

- elevato contenuto in fibra;
- corretto rapporto fibra digeribile e non digeribile;
- fibre lunghe fino a 3 mm;
- basso contenuto di amidi;
- rapporto ideale calcio/fosforo;
- pochi grassi;
- adeguato apporto energetico.

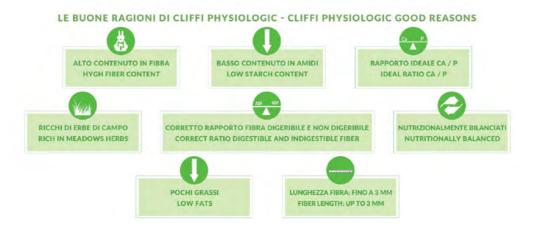












#### La fibra

L'anatomia e la fisiologia digestiva del coniglio, della cavia e dei roditori erbivori richiedono una dieta ad alto apporto di fibre, ma le più recenti ricerche sull'alimentazione di questi piccoli animali e in particolare del coniglio hanno evidenziato che anche l'alta quantità normalmente dichiarata nelle analisi, non è sufficiente a definire il corretto apporto e la giusta proporzione di fibra, mentre è fondamentale stabilire la giusta quantità e il corretto rapporto tra fibra ADF indigeribile (fibra acido detersa) e digeribile (emicellulosa) ottenuta dalla differenza tra fibra neutro detersa (NDF) e fibra acido detersa (NDF - ADF). Gli alimenti Physiologic sono stati formulati tenendo in considerazione il giusto apporto e il corretto rapporto tra fibra ADF/NDF, adattato alle specifiche esigenze delle diverse specie. Vengono inoltre impiegate fibre lunghe fino a 3 mm per mantenere una adeguata usura dentale e una buona funzionalità dell'apparato digerente, favorita anche dalla presenza di prebiotici (F.O.S.) in quantità ottimale.

#### La vitamina C e le cavie

Physiologic per cavie è stato integrato con una fonte di vitamina C stabile, per assicurare il corretto apporto di questa vitamina indispensabile. Contiene, inoltre, bacche di rosa canina, note per il loro apporto naturale di vitamina C, in quantità 10 volte superiore a limoni e arance.

#### I macroelementi

Il corretto apporto di macroelementi quali calcio e fosforo è molto importante per prevenire problemi metabolici o patologie dentali e ossee e soprattutto il loro rapporto è un requisito fondamentale per la sintesi di idrossiapatite quale substrato minerale della calcificazione ossea, per la regolazione dell'attività del sistema nervoso autonomo e dell'attività tiroidea e delle ghiandole surrenali.

#### I carboidrati

Il contenuto di carboidrati e nello specifico di amido deve essere minimo nei mangimi per conigli, cavie e roditori erbivori in quanto potrebbe essere causa di dismicrobismi intestinali molto pericolosi soprattutto negli animali giovani. Gli alimenti *Physiologic* formulati per questi animali sono grain free, garantendo il rapporto fibra grezza/amido ampiamente nei range di sicurezza.



#### I QUATTRO FONDAMENTI DELL'ALIMENTAZIONE FISIOLOGICA

# Siles Anico

#### Il valore energetico

L'apporto energetico e il razionamento del mangime sono due aspetti fondamentali per evitare l'obesità e tutti i problemi ad essa correlati. I *Physiologic* sono stati formulati con particolare attenzione al contenuto calorico, hanno un basso contenuto di grassi e possono essere razionati in maniera efficace e affiancati a fieno e verdure.

#### La dieta ideale per i piccoli onnivori

Physiologic comprende anche un alimento specifico per le esigenze dei criceti e degli altri piccoli onnivori (ratti, gerbilli, ecc). Oltre al corretto contenuto di fibre lunghe fino a 3 mm, alla presenza di prebiotici e al ridotto tenore di grassi, contiene cereali fioccati e proteine della carne nella quantità ideale per soddisfare i fabbisogni degli animali onnivori.

#### Non ultimo, il packaging

Per sostenere presso il punto vendita specializzato un prodotto di così alto contenuto tecnico è stato scelto un packaging adeguato: grafica accattivante, tecnica, emotiva, fidelizzante, con forte identità del marchio; sacchetto con zip apri/chiudi a fondo quadro autoreggente; confezionamento in atmosfera protettiva a garanzia di una shelf life ottimale. (V.L.)

#### RIGHT NUTRITION = WELL-BEING

Correct combination of nourishing ingredients according to the specific needs of rabbits and other species of small pet rodents

Rabbits and small rodents gained an important position in the list of the most popular pets after cats and dogs. Just like them, they require care and attention: they are sensitive, smart, lively and affectionate pets with their own personality. They require emotional relationships, playing, veterinary care and specific nutrition. With the progress of veterinary medicine, the average life expectancy of small mammals has strongly increased. Deeper knowledge of their digestive physiology led to establish a connection between right nutrition and good health. That is why it is essential to pay attention to species differences, with products developed after the most recent studies and the digestive features of each species. *Physiologic* line of food is the answer to the growing demand for products focusing on the health and well-being of rodents. It has been developed with the help of veterinarians experts in exotic pet nutrition (in compliance with FEDIAF and SIVAE guidelines): each product is formulated after the specific needs and digestive physiology of each species, and sometimes even after the different life stages.

### FIVE PRODUCTS FOR THE SPECIFIC DIGESTIVE FEATURES OF EACH SPECIES

Physiologic products are available in five recipes: Baby Rabbit for growing rabbits, Adult Rabbit for rabbits over 6 months, Guinea Pigs, Small Herbivores for other herbivorous rodents and Small Omnivores for omnivorous rodents. The products are balanced and features the necessary requirements for an excellent product:

- elevated quantities of fibres;
- correct ratio of digestible and non digestible fibre;
- maximum 3mm-long fibres;
- low intake of starch;
- ideal calcium/phosphorus ratio;
- few fats:
- adequate energy intake.

#### FIBRE

The anatomy and digestive physiology of rabbit, Guinea Pig and other herbivorous rodents require a diet with elevated intake of fibres. However, the most recent researches in small mammals nutrition (rabbit in particular) underlined that the quantity of fibres traditionally listed is not enough to define the right intake and proportion of fibres: it is fundamental to set the right quantity and ratio between indigestible ADF (acid detergent fibre) and digestible fibre (hemicellulose) resulting from the difference between NDF (neutral detergent fibre) and ADF. *Physiologic* products pay

attention to the right intake and ratio of ADF/NDF fibre, according to the different species. Moreover, they contain fibres long up to 3 mm to ensure the correct teeth wearing and digestive functionality, which is also supported by adequate quantities of prebiotics (F.O.S.)

#### VITAMIN C AND GUINEA PIGS

*Physiologic* for Guinea Pigs is supplemented with a source of stable vitamin C. Moreover, it contains dog-rose berries, famous for their natural intake of vitamin C (10 times more than lemons and oranges).

#### MACROELEMENTS

The right intake of macroelements such as calcium and phosphorus is very important to prevent metabolic problems or dental/bone ailments. Moreover, their ratio is a fundamental requirement to synthesize hydroxyapatite as mineral sublayer of bone calcification and to regulate the autonomous nervous system as well as the thyroid functionality and adrenal glandes.

#### CARBOHYDRATES

The percentage of carbohydrates, starch in particular, must be very low in the food for rabbit, Guinea Pig and herbivorous rodents: otherwise, it might cause intestinal dysbiosis, dangerous for young pets in particular. *Physiologic* products for such pets are grain free: their raw fibre/starch ratio is well within safety limits.

#### **ENERGETIC VALUE**

Energy intake and meal rationing are fundamental to avoid obesity and related problems. *Physiologic* products are very attentive to calorie intake. They feature low fat percentage and they can be fed effectively together with hay and vegetables.

#### THE PERFECT DIET FOR SMALL OMNIVORES

Physiologic also includes a specific products for the needs of hamsters and other small omnivores (rats, gerbils etc.). Besides the correct quantities of 3mm long fibres, prebiotics and low fat percentage, the product also contains cereal flakes and meat proteins to support their nutritional needs.

#### LAST BUT NOT LEAST: IL PACKAGING

In order to support a hi-tech product in shops, the packaging features: attractive, technical, emotional graphic look with strong brand identity; square-bottom bag with re-sealable opening; protected atmosphere packaging to ensure excellent shelf-life.

# La prima medaglietta che aiuta il tuo marketing

Nuovo software e nuovo design per rendere semplicissima la stampa della medaglietta che così diventa stimolo per nuove vendite



All'interno del punto vendita e della toelettatura, come sfruttare al meglio le potenzialità del sistema Petitamis? Con il rinnovato impianto *System* per la stampa delle medagliette, aggiornato con un nuovo software e un display touch. Subito pronto, senza bisogno di alcuna configurazione, si digitano sul touch screen le informazioni per la medaglietta, il carattere si stringe o si allarga automaticamente e il testo si distribuisce su varie righe. Viene mostrata l'anteprima, si può ancora cambiare il font e modificare il testo prima di dare l'ok alla stampa. *System* è proposto da solo o in abbinamento con un espositore delle medagliette, anch'esso rinnovato nel design.

## Opportunità di marketing e fidelizzazione

La scelta di targhette è ampia e si sviluppa su 2 misure (piccola e grande), vari temi (razze, zampe, cuoricini, faccine) e diversi materiali (metalliche, antichizzate, in plastica colorata ed anche placcate in oro).

Un elemento di valorizzazione per il negozio è la possibilità di rendere la medaglietta un'opportunità di marketing e fidelizzazione, facendone un gadget o un premio per i clienti: su un lato si può stampare a laser il logo punto vendita e le info di contatto, mentre l'altro





PETITAMIS SAS tel. 0119222641 - fax 0119224084 www.petitamis.it info@petitamis.it info@petdistribuzione.com







Distribuito da: ZOOUP tel. 0759869459 www.zooup.it - info@zooup.it





lato rimane a disposizione per la personalizzazione da parte del cliente. Non c'è un sovrapprezzo per questa medaglietta-gadget ma si richiede un minimo d'ordine di 100 pezzi. Per sfogliare il catalogo online www.petitamis.it. Per informazioni e richiedere il passaggio dell'agente info@petdistribuzione.com (S.C.)

#### THE FIRST TAG SUPPORTING YOUR MARKETING

New software and new design, to make it super easy to engrave tags and stimulate new sales

How can shops and grooming centres take advantage of Petitamis system? With the new System tag-engraving device: new software and a touch display.

Immediately ready, no need to set it: just enter the tag information on the touch screen, the font size can be reduced or increased automatically and the text can cover more lines. Preview the tag and edit the font or the text before printing.

System is available alone or with the tag display, which also features a new design.

#### MARKETING AND CUSTOMER LOYALTY OPPORTUNITY

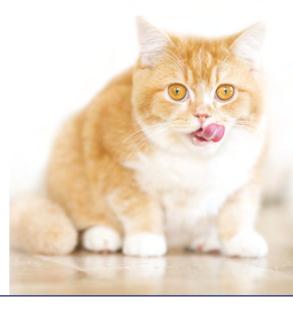
The range of tags is broad and features two sizes (small and large), several categories (breeds, paws, hearts, emoticons) materials (metal, ancient, coloured plastic and gold-plated).

The tag can become a marketing opportunity or a way to gain customer loyalty, for example as novelty or reward for customers: engrave the shop logo and contact information on one side, while the other side is available for customization. There is no extra-charge for the novelty-tag, but minimum order of 100 tags is required.

Browse the on-line catalogue on www.petitamis.it. For further information and to get in touch with the representative, write to: info@petdistribuzione.com

# Testato da 850 pet del nostro VIP Club

Una nuova linea con ingredienti naturali funzionali nata intercettando i bisogni reali dei proprietari di cani e gatti



Quali sono i principali driver di crescita del pet food? Stando ai dati degli ultimi cinque anni, la naturalità della sua composizione è tra i più importanti, con i proprietari di cani e gatti sempre più attenti nella scelta del prodotto naturale che soddisfi le esigenze del proprio pet\*.

Per soddisfare proprio le caratteristiche che i consumatori ricercano, la nuova linea *Schesir Natural Selection* è il frutto di un profondo rispetto e di un'attenta osservazione della natura, che hanno portato alla selezione di specifici ingredienti naturali funzionali per il mantenimento del benessere di cani e gatti.





Le proteine animali sono sempre il primo ingrediente, la qualità superiore è garantita da uno stabilimento con tecnologia all'avanguardia e la formula è approvata dal Dipartimento di Scienze Mediche Veterinarie – Alma Mater Studiorum Università di Bologna.



AGRAS PET FOODS naturalselection.schesir.com contact@agraspetfoods.com





Schesir Natural Selection offre diversi stili nutrizionali (no grain formula o single whole animal protein formula, oltre a ricette gluten free per i cuccioli), con un'ampia proposta di varietà e formati. Ciascun prodotto è arricchito con ingredienti naturali specifici, a seconda delle esigenze e dell'età, taglia o stile di vita. Tutte le formulazioni sono molto appetibili: 4 cani/gatti su 5 lo hanno preferito rispetto al loro alimento abituale\*\*. Inoltre, il cliente ha la garanzia di scegliere una gamma con packaging 100% riciclabile che fa del bene al pianeta.

#### Per ogni gatto, la sua Natural Selection

- \* Mirtillo per le vie urinarie
  Per gatti di tutte le età: il mirtillo promuove
  il benessere delle vie urinarie, aspetto su cui
  è importante porre una particolare attenzione. Accanto al mirtillo, ingrediente comune a
  tutte le referenze, sono stati selezionati ingredienti naturali specifici.
- \* Alga monocellulare per cute e pelo Adult / Delicate: aiuta a mantenere la cute sana e integra e a donare forza e lucentezza al pelo.
- \* Fibra di pisello per il controllo del peso Adult / Sterilized: nei gatti sterilizzati, contribuisce a mantenere fisiologicamente il giusto peso.



\* Mix pappa reale e nucleotidi per le difese naturali

Kitten / All Breeds: aiuta i gattini a sviluppare un sistema immunitario efficiente e forte.



#### Per ogni cane, la sua Natural Selection

\* Fibra di mela per la digestione Per cani di tutte le taglie: la fibra di mela favorisce il fisiologico benessere della flora intestinale, aiutando a mantenere la buona salute dell'apparato digerente. Accanto alla mela, ingrediente comune a tutte le referenze, sono stati selezionati ingredienti naturali specifici.

\* Mix pappa reale e nucleotidi per le difese naturali

Puppy / All Breeds: aiuta i cuccioli a sviluppare un sistema immunitario efficiente e forte.

- \* Yucca per il controllo degli odori Adult / Toy & Small: contribuisce a ridurre la fermentazione intestinale per controllare gli odori delle feci.
- \* Artiglio del diavolo per le articolazioni Adult / Medium & Large: aiuta a mantenere e sostenere la fisiologica funzionalità articolare.

## **Schesir Dry Natural Selection**

TAGLIA / ETĀ	INGREDIENTI NATURALI E BENEFICI		VARIETÀ DISPONIBILI	STILE NUTRIZIONALE	FORMATI
		DOG			
PUPPY / ALL BREEDS		MIX PAPPA REALE E NUCLEOTIDI Per il sistema immunitario	Tacchino Tacchino		490 g. 2.24 kg
PUPPY / ALL BREEDS			Agnello		490 g. 2,24 kg
ADULT / SMALL & TOY	FIBRA DI MELA	YUCCA Per controllo odori	Tacchino Manzo	No.	490 g. 2.24 kg, 4.5 k
ADULT / SMALL & TOY	Per la digestione		Tonno 🦰 Agnello		490 g. 2.24 kg, 4,5 k
ADULT / MEDIUM & LARGE		ARTIGLIO DEL DIAVOLO Per le articolazioni	Tacchino Manzo	AND THE PROPERTY OF THE PROPER	2.24 kg, 9.6 kg
ADULT / MEDIUM & LARGE			Tonno 🦙 Agnello	AHIMAAI Marrin Marrin	2.24 kg, 9,6 kg
		CAT			
KITTEN / ALL BREEDS	MIRTILLO Per il benessere	MIX PAPPA REALE E NUCLEOTIDI Per il sistema immunitario	Tacchino Tacchino	Wash.	350 g. 1.4 kg
KITTEN / ALL BREEDS			Anatra		350 g, 1,4 kg
ADULT / DELICATE			Pollo	A Maria	350 g, 1.4 kg, 4.5 kg
ADULT / DELICATE	delle vie urinarie		Manzo Manzo	ANIMAL PROTEIN	350 g. 1.4 kg. 4.5 kg
ADULT / STERILIZED		FIBRA DI PISELLO	Tacchino	AND	350 g, 1.4 kg, 4.5 kg
ADULT / STERILIZED		Per il mantenimento del peso	Tonno Anatra	ANIMA	350 g, 1,4 kg, 4,5 kg

#### Alimentazione combinata

Per proporre l'associazione di un alimento umido, con una filosofia nutrizionale che rispecchia quella della gamma dry, Schesir ha creato *Natural Selection Wet*, la linea di prodotti che include mela ed erbe provenzali ed è formulata con gli stessi principi delle crocchette. Disponibile nel formato lattine da 95 g per cani Small & Toy. (V.L.)





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

#### **TESTED BY 850 PETS FROM OUR VIP CLUB**

New line with natural functional ingredients born after the real needs of owners of cats and dogs

What are the main growth drivers in pet food? According to the past five years, natural formula is among the most important drivers. Owners of cats and dogs are increasingly attentive in choosing a natural product respecting the needs of their pet\*.

In order to meet the needs of customers, new line *Schesir Natural Selection* is the result of deep respect and attentive observation of nature. This led to select specific natural functional ingredients preserving the well-being of cats and dogs.

Animal proteins are always the first ingredient, superior quality is ensured by a plant with technology in the vanguard and the formula is approved by the Department of Veterinary Medicine, Alma Mater Studiorum Bologna University.

Schesir Natural Selection offers different nutritional styles (no grain formula or single whole animal protein formula, besides gluten-free recipes for puppies), with a broad offer of types and size. Each product is supplemented with specific natural ingredients, according to age, size or life style. All formulas are extremely palatable: 4 dogs/cats out of 5 chose this product over their traditional meal\*\*. Moreover, the packaging is 100% recyclable and eco-friendly.

#### NATURAL SELECTION FOR CATS

#### \* Blueberry for urinary tract

For cats of all ages: blueberry supports the well-being of urinary tract, which is very important. Besides blueberry, each product contains natural specific ingredients.

#### \* Unicellular algae for skin and fur

Adult / Delicate: it helps preserve the skin healthy and whole, besides ensuring a strong and shiny fur.

#### \* Pea fibre for weight control

Adult / Sterilized: for neutered cats, it physiologically helps preserve the right weight.

\* <u>Mix royal jelly and nucleotides for natural defences</u>

Kitten / All Breeds: it helps develop a strong and effective immune system.

#### NATURAL SELECTION FOR DOGS

#### \* Apple fibre for digestion

For dogs of all breeds: apple fibre supports the physiological well-being of intestinal flora, helping preserve the correct health of the intestinal system. Besides apple, each product contains specific ingredients.

#### \* Mix royal jelly and nucleotides for natural defences

Puppy / All Breeds: it helps develop a strong and effective immune system

#### \* Yucca for odour control

Adult / Toy & Small: it helps reduce intestinal fermentation and control excrement foul odour.

#### \* Devil's claw for articulations

Adult / Medium & Large: it helps preserve and support physiological articular functionality.

#### **COMBINED NUTRITION**

In order to combine wet food reflecting the same nutritional philosophy of the dry range, Schesir developed *Natural Selection Wet*, the line of products including apple and Herbes de Provence, featuring the same principles of kibbles. It is available in 95g tins for Small & Toy dogs.

(Dre Susan Zynn DMV, CVA, CVCH, DACVN), vétérinaire agréée nutritionniste chez BluePearl Veterinary Partners)



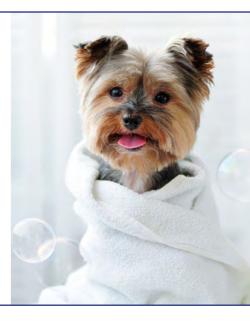
<sup>\*\*</sup> Fonte: Il prodotto è stato testato da 400 gatti e 450 cani small i cui proprietari si sono iscritti al VIP Club di Schesir e hanno scelto di partecipare al test di prodotto.

<sup>\*</sup>Source: https://www.agro-media.fr/analyse/petfood-les-nouvelles-tendances-au-coeur-dun-marche-dynamiquemais-complexe-34758.html

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

# E se il pelo è sporco? Nessun problema

Piccola, precisa, leggera e potentissima anche sul pelo più sporco e impossibile



Super potente, con 3.100 doppi colpi al minuto, molto efficace anche nel pelo fitto e sporco e silenziosissima: solo 59 decibel. Ecco i concetti chiavi delle caratteristiche di *Opal*, la nuova tosatrice che ha già conquistato moltissimi professionisti del grooming per le sue eccezionali prestazioni. *Opal* è l'ultimo gioiello di casa Heiniger AG, sviluppata e prodotta in Svizzera, secondo la mission che da sempre distingue i prodotti dell'azienda, fondata a Herzogenbuchsee nel 1946, giunta oggi alla terza generazione. Gestita da Daniel Heiniger, esporta in oltre 50 Paesi del mondo tosatrici, lame e pettini d'alta qualità.



#### Velocità record, rumore quasi assente, batteria ultrarapida

Opal risponde a tutte le esigenze del toelettatore per rumore, prestazioni ed ergonomia nella tosatura di piccoli e grandi animali. Con 3.100 doppi colpi al minuto nel secondo stadio (2.600 nel primo), Opal scorre facilmente e rapidamente attraverso il pelo sporco e spesso. La più recente tecnologia delle batterie agli ioni di litio garantisce una rasatura senza filo per 240 minuti e, grazie all'indicatore del livello di carica integrato, il



HEINIGER AG tel. +41/62/9569200 www.heiniger.com marketing@heiniger.com









Small, precise, light and powerful, even on dirty and impossible fur

Extremely powerful with 3,100 double strokes per minute, extremely effective even on thick and dirty fur, silent: just 59 decibel. Here are the key features of Opal, the new clipper that already gained the approval of professional groomers for its extraordinary performance. Opal is the newest jewel by Heiniger AG, developed and manufactured in Switzerland according to the company's mission. Heiniger AG was founded in Herzogenbuchsee in 1946 and it is currently run by the third generation, with CEO Daniel Heiniger. The company exports high-quality clippers, blades and combs in over 50 countries all over the world.

#### RECORD SPEED, NEARLY NOISELESS, ULTRA-FAST BATTERY

Opal meet all the needs of groomers in terms of noise, performance and ergonomics to groom small and big pets.

With 3,100 double strokes per minute in fast mode (and 2600 in slow mode), this clipper works smoothly and quickly even through dirty and thick fur and hair. The latest lithium-ion battery technology ensures cordless clipping for 240 minutes. Thanks to the built-in battery level indicator, it is always possible to check the remaining battery time. It takes just one hour for a full battery recharge. Small and extremely light, nearly silent (just 59 decibel) but extremely powerful. *Opal* features two speed regulations, it has a cutting-edge ergonomic design and fits perfectly in the hand, allowing professionals to work effortlessly.

# Metti la bontà in mano al proprietario

Snack in gelatina e stick monoproteici: il fuori pasto diventa per il proprietario un momento da condividere con il suo pet



L'assortimento di snack che propone il mercato è sempre più ampio, ma nel fare una scelta il negoziante deve tenere conto di alcune caratteristiche importanti, fra cui l'aspettativa del cliente, poiché si sa che le leccornie spesso rappresentano un momento per rafforzare il legame fra il proprietario e l'animale.

In questa direzione va la proposta di Vitakraft, da sempre all'avanguardia nel segmento dei fuori pasto, che presenta in anteprima a livello mondiale due nuovi snack per gatti: i Jelly Lovers in gelatina e i monoproteici Pure Stick, entrambi prodotti in Germania nei siti di proprietà del Gruppo secondo i criteri IFS Food, la certificazione con gli standard più elevati per la produzione sicura.

#### Dalle mani dell'uomo

Poiché uno snack è un bel modo di rafforzare l'amicizia a due e quattro zampe, il modo migliore per farlo è scegliere un prodotto che si offra direttamente dalla mano del proprietario. Con questo concetto, anni fa Vitakraft lanciò i Liquid Snack in salsa, rivoluzionando il segmento e oggi presenta degli snack con lo stesso concetto, ma in gelatina. I Jelly Lovers sono prodotti di alta qualità formulati con una ricetta senza zuccheri aggiunti, cereali, coloranti né conservanti. Grazie all'elevata appetibilità e alla particolare confezione si possono offrire direttamente dalla mano spremendo la bustina con le dita.

Deliziosi e allo stesso tempo ipocalorici, sono ideali sia come spuntino sia come aggiunta all'alimento secco. Sono pratici, già porzionati (in 6 bustine da 15 g) e disponibili in due varianti: alla carne (3 bustine al



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









Pollo e 3 al Tacchino) e al pesce (3 bustine con Salmone e 3 con Platessa, con materia prima da pesca sostenibile certificata MSC).



#### Gusto autentico e appetitoso

Il trend del *clean eating* (mangiare pulito) conquista anche il cibo per gatti. Sempre più proprietari preferiscono prodotti poco elaborati e con proteine animali provenienti da una sola fonte, a vantaggio del gusto puro e con attenzione alle intolleranze alimentari. Il nuovo Pure Stick, nato sulla scia del successo dei Cat Stick, propone al cliente



del pet shop bastoncini prodotti con pura carne o pesce. Pure Stick è uno snack monoproteico dal profumo appetitoso e dal gusto autentico, adatto a tutti, compresi gli animali con sensibilità alimentari. Made in Germany, è disponibile nei gusti più amati, come Pollo e Merluzzo nero. La ricetta è senza grano, zucchero, coloranti ed esaltatori di sapidità. Una bontà tutta naturale nel pratico pack da 4 stick confezionati singolarmente per mantenere a lungo tutta la freschezza del prodotto. Nella versione pesce, il merluzzo, certificato MSC, proviene da pesca sostenibile che rispetta l'ecosistema marino.



#### Dal piccolo da banco al grande display tematico

Il negoziante, con Vitakraft al proprio fianco, può valorizzare gli spazi commerciali e incrementare i volumi di vendita. Per la linea snack gatti sono disponibili pratici e accattivanti display da 1/4 pallet o i nuovi da 1/8 che in 30 cm di larghezza permettono di esporre con il massimo impatto e praticità tutto l'assortimento di Jelly Lovers e Pure Stick. Sono disponibili anche elementi espositivi aggiuntivi, totem, impronte adesive, cartellonistica, segnalinee da scaffale e tanti altri materiali promozionali e di comunicazione per il punto vendita. Il reparto commerciale del canale specializzato è a disposizione di tutti i rivenditori per fornire tutte le informazioni e inviare il catalogo display completo. (M.G.)



#### **DELICACIES IN THE HANDS OF PET OWNERS**

Treats in jelly and single-protein sticks: pet treats ensure unique moments owners can spend with their pets

There is an increasing range of treats on the market; that is why retailers need to focus on important features to make the right choice, including customers' expectation: treats are often a way to strengthen the bond between pet and owner.

This is the goal of Vitakraft offer, the company in the vanguard as far as treats are concerned. Vitakraft presents two world premiere cat treats: *Jelly Lovers* and single-protein *Pure Stick*. They are both made in the company's German plant according to IFS Food requirements, which ensure the highest safety standards in terms of manufacturing.

#### DIRECTLY FROM OWNERS' HANDS

Since treats are excellent to strengthen pet friendship, a treat that can be fed directly from the owner's hand is better. That is how Vitakraft launched *Liquid Snack* in sauce several years ago, innovating the segment. The company now presents treats following the same concept in jelly. *Jelly Lovers* are high-quality treats without added sugar, cereals, colouring or preserving agents. Thanks to elevated palatability and to special packaging, they can be offered directly from the hand by squeezing the pouch.

The delicious and low-calorie treats are suited as in-between meals or added to dry food. They are handy, already portioned (6 pouches with 15g each) and available in two flavours: meat (3 pouches with Chicken and 3 pouches with Turkey) and fish (3 pouches with Salmon and 3 with Flounder from MSC sustainable and certified fishing).

#### REAL AND PALATABLE

The *clean eating* trend enters the segment of cat food. More and more owners choose simple products with single-source animal proteins, to ensure pure flavour and attention to food intolerances. New Pure Stick was born after the success of *Cat Stick*: it comes in sticks with pure meat or fish. *Pure Stick* is the single-protein treat featuring palatable scent and real taste, suited for sensitive pets as well.

The treat is made in Germany and available in popular flavours such as *Chicken* and *Black Cod*. the recipe is free from wheat, sugar, colouring and flavouring agents. It is a natural delicacy in handy and individually-packed 4-stick bag to preserve long-lasting freshness. Cod is MSC certified and comes from sustainable fishing.

FROM SMALL COUNTER DISPLAY TO LARGE THEMED DISPLAY

With Vitakraft support, retailers can add value to the shop and increase sales volume. Handy and captivating 1/4 pallet displays for cat treats, or new 1/8 pallet displays: 30cm width to place the whole Jelly Lovers and Pure Stick range at best. There are also other materials: totems, adhesive paws, posters, shelf markers and plenty of promotional and communication materials for retailers. The commercial department of the specialist channel is available to all retailers: ask for further information or for the complete display catalogue.

## Aggiungi acqua ed è pronto come fatto a casa

Ecco tutti i benefici unici del liofilizzato, presente da poco anche in Italia e rivolto a una fascia nuova di mercato



Un alimento innovativo, diverso dalla stragrande maggioranza di quel che si trova comunemente in commercio e soprattutto in grado di differenziare il pet shop creando valore. Perché non provare con una delle ultime scoperte di Vema Petfood&Care che, dopo *Fish4Dogs* e *Natures Menu*, con i prodotti liofilizzati si lancia nel futuro del pet food e porta in Italia un altro marchio innovativo: *Grandma Lucy's*.



## Da azienda familiare al successo attuale

Innovazione, qualità e sostenibilità sono i tre concetti che guidano la produzione *Grandma Lucy's*, azienda californiana all'avanguardia specializzata nella produzione di alimenti crudi liofilizzati per cani e gatti.

Nata come azienda familiare, è cresciuta fino a diventare un punto di riferimento per la ricerca di prodotti sani, sicuri e innovativi, distribuiti in 10 Paesi al di fuori degli USA e, come ogni storia di successo, è iniziata da un'intuizione semplice: non possiamo dare ai nostri animali ciò che noi umani non mangeremmo.

I fondatori di *Grandma Lucy*'s, i coniugi Shook, cominciando a cucinare in casa i pasti per Lucy, un cocker di 11 anni diventato inappetente, si resero conto che meritava lo stesso cibo di qualità del resto della famiglia. Il passo successivo sembrò naturale: condividere con gli altri il cibo sano e sicuro che stavano cucinando per Lucy.



VEMA PETFOOD&CARE tel. 0249474139 www.vemapetfood.it, info@vemapetfood.it

#### l vantaggi di Grandma Lucy's

Come si usa? Quali sono i vantaggi? Sono sicuramente le prime domande che il professionista pet si sentirà rivolgere dal cliente di fronte alla proposta di questo nuovo prodotto. Gli alimenti di *Grandma Lucy's* sono leggeri, a lunga conservazione, facili da usare, e hanno un delizioso aroma e un ottimo gusto. Basta aggiungere acqua per servire un pasto simile a quello fatto in casa. Non richiedono refrigerazione e sono sicuri da conservare a temperatura ambiente anche per lunghi periodi. Poiché l'acqua è stata rimossa, il prodotto diventa leggero e si reidrata in pochi minuti.



Sono alimenti naturali, sani, sicuri, senza conservanti o coloranti artificiali, grain free, facili da conservare, da utilizzare, di origine controllata e sostenibile. E occupano poco spazio sia sullo scaffale del negozio sia in casa: un sacchetto da 1,45 kg di liofilizzato contie-





ne l'equivalente di 6,8 kg di prodotto fresco cioè il contenuto di 18 lattine di cibo umido.

#### Il procedimento di liofilizzazione

Gli alimenti Grandma Lucy's sono prodotti nello stabilimento di Rancho Santa Margarita (California) dove le materie prime vengono sottoposte a un'attenta selezione per creare ricette uniche e sane. La liofilizzazione, rimuove l'umidità mantenendo il gusto, la consistenza e l'integrità del cibo crudo. Il processo inizia con il surgelamento di frutta, verdura, carne o pesce in una speciale "camera di liofilizzazione" a vuoto, quindi si rimuove l'acqua, cambiando rapidamente la pressione e la temperatura all'interno della camera. Questo processo fa sì che l'acqua passi dallo stato solido a quello gassoso senza tornare di nuovo allo stato liquido. Il cambiamento repentino conserva la struttura delle cellule senza compromettere le vitamine, le sostanze nutritive, il colore o l'aroma.

#### Origine e sostenibilità

Da vent'anni *Grandma Lucy's* seleziona solo gli ingredienti migliori, ciascuno dei quali apporta benefici alla salute di cani e gatti. La qualità delle materie prime è evidente dalla loro tracciabilità. Quando è possibile vengono reperite direttamente negli Stati Uniti ma alcuni ingredienti innovativi provengono da Canada, Nuova Zelanda e Australia. Nessuna materia prima è acquistata in mercati poco trasparenti. Inoltre la leggerezza del prodotto liofilizzato diminuisce nettamente l'impatto ambientale, evitando di trasportare inutilmente grandi quantità d'acqua. I prodotti *Grandma Lucy's* sono certificati UE.



#### Qualità human grade

Grandma Lucy's è stata una delle prime a introdurre nel mercato del pet food un cibo 100% "human grade", ossia adatto al consumo umano. La proposta è una linea completa di alimenti per cani e gatti con ingredienti naturali integrali, semplici, monoproteici e grain free. Tutti i prodotti sono lavorati il minimo indispensabile, con l'eccezione dei biscotti per cani con frutta biologica aromatizzata al forno.

Le materie prime, prive di ormoni o antibiotici, sono sottoposte a rigido controllo attraverso il costante contatto con fornitori e coltivatori selezionati. Tutte le carni, frutta, verdura e ingredienti devono soddisfare indicazioni rigorose e sono ispezionati e approvati dalle norme USDA, il Dipartimento dell'Agricoltura degli Stati Uniti.

#### La gamma

• Artisan - una linea di prodotti liofilizzati, con patate, mirtilli, carote, mele, semi di lino, zucca e banana. Sono disponibili due referenze in buste da 0,45 e 1,5 kg: Pollo e Maiale.



• Pureformance Dog Food - buonissima la ricetta di liofilizzato a base di ceci - ricchi di acido folico ottima fonte di antiossidanti, che favoriscono il rilascio lento di energie e altri sani vegetali. Sono disponibili tre varianti: Pollo e Pesce in sacchetti da 0,45 e 1,5 kg e Coniglio in confezioni da 1,45 kg.



• Macanna - speciale ricetta con fagioli, cuori di canapa, cocco e curcuma oltre una profusione di altri preziosi vegetali. Disponibile nel gusto al Salmone da 0,45 e 1,45 kg.



• Singles Dog Treats - per un appetitoso fuoripasto, ecco la linea di snack e premi liofilizzati con un singolo ingrediente e niente altro nei gusti Fegato, Pollo e Patata dolce. Subito pronti all'uso, non è necessario reidratare.



• Organic Oven Baked Dog Treats - prelibati biscottini cotti al forno totalmente vegetali, senza OGM e senza conservanti, in buste da 397 g. Sono quattro i gusti: Zucca, Mirtillo, Banana con Patata dolce e Mela. (L.M.)



#### ADD WATER AND IT IS READY LIKE HOME-MADE FOOD

Here are the unique features of freeze-dried food, which has been recently introduced in Italy and it is dedicated to a new market segment

Innovative food, different from most of the food currently available; it is a product capable to differentiate specialized shops and create value. Try one of the latest news by Vema Petfood&Care: after Fish4Dogs and Natures Menu, the company enters in the future of pet food with freeze-dried food and introduces another innovative brand in Italy: Grandma Lucy's.

#### FROM FAMILY-RUN COMPANY TO SUCCESS

Innovation, quality and sustainability are the three principles driving Grandma Lucy's production: the Californian company is in the vanguard in producing raw freeze-dried food for cats and dogs.

Grandma Lucy's was born as a family-run business and became a point in terms of healthy, safe and innovative products, now available in 10 countries outside the USA. Just like all successful companies, it started with a simple intuition: do not feed pets what humans would not eat.

The Shooks, Grandma Lucy's founders, started preparing home-made food for Lucy, an 11-year old English Cocker, since the pet suddenly started to lack appetite. Lucy deserved the same food of the rest of the family. The following

step was natural: sharing the healthy and safe food prepared for Lucy with others.

#### THE ADVANTAGES OF GRANDMA LUCY'S

How are they used? What are the advantages? These are the first questions pet retailers will be asked when recommending the new product.

Grandma Lucy's products are light and long-lasting; they feature an excellent flavour and taste. Just add water and serve a meal similar to home-made food. Freeze-dried food does not require refrigeration. It can be safely stored at room temperature for long times. Since water has been removed from fresh food, the product is also light and it is rehydrated in a few minutes.

They are natural, healthy, safe products free from added preserving or colouring agents. Moreover, they are also grain free and easy to store and use. Their origin is controlled and sustainable, plus they take little room on shelf in shops and at home. A 1.45kg bag of Grandma Lucy's freeze-dried food equals to 6.8kg of fresh product (18 tins of moist food).

#### FREEZE-DRYING

Grandma Lucy's products are made in Rancho Santa Margherita plant, where raw ingredients are carefully selected to create unique and healthy recipes. Freeze-drying removes dampness and preserves the flavour, texture and integrity of raw food. Freeze-drying starts with frozen fruit, vegetables, meat or fish in a special vacuum freeze-drying room. Water is removed with quick pressure and temperature changes. Water shifts from solid into gas, without turning back as a liquid. The sudden shift preserves the cell structure of food without compromising vitamins, nourishing substances, colour or aroma.

#### ORIGIN AND SUSTAINABILITY

Since 20 years Grandma Lucy's only selects the best ingredients for the health of pets. Quality is assessed by traceability. Ingredients come from USA whenever possible, while other specific ingredients come from Canada, New Zealand and Australia. No raw ingredient is purchased on suspect markets.

Moreover, the light weight of freeze-dried food strongly reduces environmental impact: no need to carry tons of water, which is easily found at home. Grandma Lucy's product are EU certified.

#### **HUMAN GRADE QUALITY**

Grandma Lucy's was one of the first companies introducing 100% human-grade food in the pet sector. The range of food for cats and dogs features natural, whole, simple, single-protein and grain-free ingredients. All products are processed as little as possible, except for oven baked dog treats with organic fruit.

Raw ingredients are free from hormones and antibiotics. They undergo strict controls, in close collaboration with selected farmers and suppliers. All meat, fruit, vegetable and other ingredients must comply with strict rules and are USDA controlled and approved.

#### THE RANGE

- Artisan the line of freeze-dried food with potatoes, blueberries, carrots, apples, linseeds, pumpkin and banana. 0.45 and 1.5kg bags are available in two recipes: Chicken and Pork.
- Pureformance Dog Food tasty recipe of freeze-dried food with chickpeas (with folic acid, antioxidating, slow energy release). The formula also contains other healthy vegetables. There are 0.45 and 1.5kg bags with *Chicken* and *Fish* and 1.45kg bags with *Rabbit*.
- Macanna special recipe with beans, hemp cores, coconut and turmeric, besides other precious vegetables. Available in 0.45 and 1.45kg bags with Salmon.
- Singles Dog Treats tasty freeze-dried treats and rewards with a single ingredient. Flavours: Liver, Chicken and Sweet Potato, Ready to use, no need to add water.
- Organic Oven Baked Dog Treats delicious oven-baked natural biscuits without GMOs and preservatives. Available in 397g pouches and four flavours: Pumpkin, Blueberry, Banana with Sweet Potato and Apple.



# COSA IMPEDISCE DI CRESCERE AL TUO PET SHOP?

'VUOI PARTECIPARE A UN
INCONTRO GRATUITO CON GLI ESPERTI DI
BUSINESS CHE LEGGI QUI OGNI MESE DOVE
FARTI AIUTARE A RISOLVERE LE
PROBLEMATICHE PROFESSIONALI CHE
COLPISCONO LA TUA ATTIVITÀ?

MAGGIORI INFORMAZIONI E ISCRIZIONI SU WWW.ZAMPOTTA.IT/MEETING

IL MIO NOME

E WOLF

STRATEGIE E INDICAZIONI

## Certificazioni di cui vantarsi

Una bella storia italiana di etica, impegno e tecnologia da raccontare ai clienti più attenti e responsabili



Con grande soddisfazione e orgoglio, nel 2019 la famiglia Gambarelli, alla guida dell'azienda Mister Pet Spa nel cuore della "food valley" italiana in provincia di Parma, ha raggiunto una crescita a due cifre, trainata specialmente dalle vendite in ambito internazionale.

Tale crescita si presenta costante nel tempo. I primi passi di Mister Pet risalgono al 2007, quando il fondatore Enzo Gambarelli, intuendo le nuove esigenze del mercato, iniziò a studiare la produzione di alimenti secchi per cani e gatti ad alto contenuto di carne fresca.

Nel 2009 avviò la prima linea di estrusione, grazie alla quale Mister Pet si annovera tra i primi 5 produttori in Europa di pet food secco contenente carne fresca.



## Crescita costante che premia gli investimenti in tecnologia

Lo scorso anno, la produzione è stata ulteriormente implementata con una seconda linea di estrusione, che ha portato a una produzione di alimenti super premium ed ultra premium pari al 70% del totale.

Grazie a queste performance, Mister Pet è riu-



MISTER PET SPA tel. 0521340323 fax 0521340321 www.misterpetsrl.com info@misterpetsrl.com

scita ad aprire a 7 nuovi mercati esteri e oggi ha distributori esclusivi in ben 55 stati.

Per l'anno 2020, nonostante le varie difficoltà del periodo anomalo, l'azienda ha attuato altri investimenti rilevanti: come l'ampliamento del proprio stabilimento con una terza linea di estrusione per i prodotti ultra premium formulati con carne fresca in percentuali molto elevate, che porterà l'aspettativa di vendita del segmento in questione all'85% della produzione; o, ancora, l'automatizzazione del magazzino, con un'ampia capacità di stoccaggio per garantire un migliore servizio ai distributori e un approvvigionamento regolare, puntuale e completo, anche nei periodi di maggiore richiesta.

#### Qualità certificata al top

I punti di forza e chiave del successo dell'azienda sono stati l'impegno costante e scrupoloso sulla qualità a 360 gradi e la fidelizzazione del consumatore, lasciando nel cliente la certezza dell'ottimo livello raggiungo negli anni dai prodotti Mister Pet.

Tutto parte dalla ricerca degli ingredienti, selezionando i fornitori tanto in base alla qualità delle materie prime quanto alla sicurezza della loro origine, sempre secondo il principio etico del non maltrattamento degli animali. L'azienda non acquista da fornitori che non si attengano alle normative per il rispetto di tutti gli esseri viventi nell'equilibrio naturale del loro ciclo vitale, evitando rigorosamente ogni forma di maltrattamento o sofferenza.

A questo proposito, Mister Pet può vantare il primato di utilizzare esclusivamente pesce certificato: la trota è certificata IGP e FOS, il salmone è certificato ASC, Global Gap e MSC, mentre il tonno è certificato MSC.









Tali certificazioni, in qualità di norme volontarie attuate dagli allevamenti di origine e dai pescatori, sono riconosciute a livello internazionale e garantiscono che il pesce provenga solo da allevamenti in cui viene rispettato il naturale ciclo vitale degli animali e giunga a noi esclusivamente attraverso una pesca responsabile ed eco-sostenibile, in modo da non alterare l'habitat e l'ecosistema in cui gli animali nascono e crescono. Inoltre, Mister Pet non acquista materie prime da fornitori che effettuano test clinici sugli animali e ovviamente non conduce alcun tipo di sperimentazione.

In azienda si eseguono solamente semplici test di verifica sull'appetibilità da allevatori selezionati senza arrecare alcun disagio ai pet.

Altro cardine della politica aziendale è la vocazione per le tecnologie all'avanguardia, che saranno implementate nella nuova struttura in fase di costruzione.

#### Nuovi programmi di ampliamento

Per il biennio 2020-2021, Mister Pet ha in programma di proporre nuove linee di prodotti e di ampliare quelle esistenti. A tal proposito, l'azienda presenta in anteprima l'ampliamento della linea *Primordial*, con l'aggiunta della nuova gamma *Primordial Mini* disponibile in quattro gusti differenti: *Anatra-Trota*, *Cinghiale-Agnello*, *Sardina-Oca*, *Quaglia-Anatra*.



Obiettivo imprescindibile e primario è sempre il benessere degli amici a quattro zampe. Nel corso degli anni, l'azienda ha fatto passi continui nello studio delle esigenze specifiche dei pet, per soddisfare al meglio i loro bisogni sia in termini di un corretto apporto nutrizionale in base alla tipologia, taglia, età, attività fisica, sia per appetibilità e gusto.

Grazie al lavoro dei suoi ricercatori e al contributo di specialisti quali veterinari, nutrizionisti e Università, Mister Pet ha potuto perfezionare le proprie ricette, seguendo anche i trend dettati dal mercato. (L.D.)

#### **PROUD TO BE CERTIFIED**

Amazing Italian story of ethics, commitment and technology for the most attentive and responsible customers

Gambarelli family, who runs the company in the heart of the Italian "food valley" (Parma province), is happy and proud to announce that Mister Pet Spa recorded a two-digit growth in 2019, thanks to international sales in particular.

The growth has been constant through the years. Mister Pet first steps date back to 2007, when founder Enzo Gambarelli understood the new needs of the market and started studying dry food for cats and dogs with high quantities of fresh meat. In 2009 the first extruded line was inaugurated: Mister Pet is among the top 5 European manufacturers of dry pet food with fresh meat.

#### CONSTANT GROWTH REWARDS INVESTMENTS IN TECHNOLOGY

Last year the production was broadened with a second extrusion line: super premium and ultra premium products reached 70% of the company's production. Such performance helped Mister Pet enter seven new foreign markets: the company currently relies on exclusive distributors in 55 countries.

Despite the difficult period, in 2020 the company planned more relevant investments. First of all, a third extrusion line for ultra premium products with elevated quantities of fresh meat: the sales of the segment are expected to reach 85%. Moreover, the company will inaugurate a new automated storehouse with a broad stocking capability to improve the service for distributors and ensure punctual and complete supplying service even during busy periods.

#### CERTIFIED TOP QUALITY

Since the beginning, the company's point of strength and key for success were constant and thorough committent on complete quality plus customer loyalty: as a result, customers are confident in Mister Pet excellent quality.

Quality starts with ingredients: suppliers are selected according to the origin of raw ingredients as well as to raw ingredients themselves, besides the ethical principle of no animal cruelty. The company avoids suppliers that do not respect all living being in the natural balance of their life cycle, without pain or cruelty.

Mister Pet is the first company using certified fish only: trout is certified IGP and FOS, salmon is certified ASC, Global Gap and MSC, while tuna is certified MSC. Such certifications are acknowledged all over the world and make sure that fish only comes from suppliers respecting animals natural life cycle as well as animals fished with responsible and eco-sustainable techniques that do not alter the habitat and ecosystem they live in.

Moreover, Mister Pet does not select suppliers who carry on clinical tests on animals. Of course, the company itself does not carry on any test, except for palatability test carried out by selected breeders without any harm for pets.

The company also focuses on modern technologies, which will be implemented in the new plant.

#### NEW PLANS

Mister Pet plans to introduce new product lines besides broadening existing lines in 2020-2021. The company presents new products from *Primordial* line, with *Primordial Mini* range available in four different flavours: *Duck-Trout, Boar-Lamb, Sardine-Goose, Quail-Duck*. The company's goal is always pet well-being. Through the years Mister Pet made constant progress in studying the specific needs of pets, in order to meet their needs at best: nutritional intake according to age, size, type and physical activity as well as palatability and flavour.

Thanks to its researchers and to the collaboration with veterinarians, nutritionists and Universities, Mister Pet succeeded in improving its recipes, also in compliance with market-related trends.









# Super amico delle vie urinarie del gatto

Un nuovo alimento integrato con i superfood della tradizione mediterranea formulato in base alle sue diverse condizioni di vita



I nostri lettori hanno già scoperto su Zampotta Pet Businss di luglio le caratteristiche di Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain per cani, distribuita da marzo nei pet shop. Vi presentiamo adesso la linea dedicata al gatto, formulata anche stavolta con una sola fonte proteica animale disidratata per un maggior apporto di nutrienti, solo un cereale nobile di alta qualità, il riso, e ingredienti innovativi come i superfood della tradizione mediterranea.

#### Tutti i plus della nuova linea

Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula -Noble Grain è un alimento completo e bilanciato - il cui primo ingrediente è sempre manzo, pollo o tonno - e si suddivide per età del gatto: una ricetta chiara ed essenziale con un apporto di proteine adeguato alle esigenze nutrizionali dell'animale.

La sua specifica formulazione aiuta il buon funzionamento delle vie urinarie, punto debole dei nostri amici a quattro zampe (Urinary System) ed è arricchita con le fibre naturali psyllium e cellulosa (Hairball System) per contrastare la formazione dei boli di pelo e favorirne l'eliminazione.

L'innovativa ricetta è formulata con solo un cereale nobile di alta qualità come il riso, ed è priva di frumento, soia e mais aggiunti (Noble Grain). Inoltre è preservata con antiossidanti naturali (Natural Preservation) per aiutare a mantenere la freschezza e l'appetibilità dell'alimento.

I superfood della tradizione mediterranea: melagrana, more, lamponi e mirtilli neri, ricchi di antiossidanti, neutralizzano i radicali liberi e aiutano a ridurre il danno ossidativo (Mediterranean Superfood). La ricetta



**DORADO SRL** tel. 042659140, fax 0426308158 www.exclusion.it infoservice@exclusion.it





di Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain include olio di salmone (Shining Coat) che favorisce la salute della pelle e la lucentezza del pelo, e inoltre F.O.S. (frutto-oligosaccaridi) & M.O.S. (mannano-oligosaccaridi) che favoriscono l'equilibrio del microbiota intestinale e una buona digestione (Prebiotic System).



#### I punti chiave, argomenti di vendita

La gamma comprende alimenti specificamente formulati per le diverse età del gatto in base alle sue condizioni di vita, se sterilizzato o meno: Kitten 2-12 mesi, Adult +1 anno, Sterlized, Sterilized +7 anni e Giant Sterilized.



Ecco la descrizione della linea con l'indicazione, per ogni prodotto, che possono diventare ottimi argomenti di vendita per il proprietario pet:



• *Kitten 2-12 mesi* è un alimento completo formulato con una fonte proteica animale (il pollo), per gattini da 2 a 12 mesi. Kitten Care: contiene acidi grassi essenziali per favorire lo sviluppo della vista e del cervello;

- Adult +1 anno è un alimento completo formulato con una fonte proteica animale (il pollo, il manzo o il tonno), per gatti adulti oltre 1 anno. Ideal Activity: è ideale per una vita sana e attiva;
- Sterilized è un alimento completo formulato con una fonte proteica animale (il pollo, il manzo o il tonno), per gatti sterilizzati. Ideal Weight: contiene un moderato apporto di grassi per favorire il mantenimento del peso forma:
- Sterilized +7 anni è un alimento completo formulato con una fonte proteica animale (il pollo), per gatti sterilizzati oltre i 7 anni di età. Ideal Weight: moderato apporto di grassi per favorire il mantenimento del peso forma nei gatti "diversamente giovani";
- Giant Sterilized, novità assoluta, è un alimento completo formulato con una fonte proteica animale (il pollo), ma appositamente studiato per gatti sterilizzati di grande taglia. Contiene Glucosamina e Solfato di Condroitina che aiutano a favorire lo sviluppo e il mantenimento di articolazioni sane. (F.C.)

#### **BEST FRIEND OF CATS' URINARY TRACT**

New food supplemented with Mediterranean superfood according to the pet's different life conditions

On the July issue of Zampotta Pet Business our readers already unveiled the features of *Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula – Noble Grain* for dogs, available in specialized shops since March. We want to introduce you to the cat line, which also features: one source of animal dehydrated protein to ensure more nourishing substances; rice as single and noble high-quality cereal plus innovative ingredients such as Mediterranean superfood.

#### PLUS OF THE NEW LINE

Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain is the complete and balanced food with beef, chicken or tuna as first ingredient. It is developed after the age of cats: clear and essential recipe with proteins adequate to the pet's nutritional needs. Its specific formula supports the functionality of the urinary tract, which is a weak spot for cats (Urinary System). Moreover, it is supplemented with *Psyllium* and cellulose as natural fibres (*Hairball* System) to avoid hairball formation and support their removal. The innovative recipe only contains a single and noble high-quality cereal, rice. It is free from wheat, soy and corn (Noble Grain). Moreover, it is preserved with natural antioxidants (Natural Preservation) to help preserve the product freshness and palatability. Mediterranean superfood ingredients are: pomegranate, blackberry, raspberry and blueberry. They are rich in antioxidants and fight free radicals, besides helping reduce the oxidating stress (Mediterranean Superfood). Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain recipe includes salmon oil (Shining Coat), which supports healthy skin and shiny fur. Moreover, it also contains F.O.S. (fructo-oligosaccharides) and M.O.S. (mannan-oligosaccharides) to ensure a balanced intestinal microbiota and the correct digestion (*Prebiotic System*).

#### KEY FACTORS, SELLING POINTS

The range includes products specifically developed for cats' different ages according to their conditions: *Kitten 2-12 months, Adult +1 year, Sterlized, Sterilized +7 years* and *Giant Sterilized*. Here is the description of each product, which can also be used as selling point for pet owners:

- Kitten 2-12 months is the complete food developed with one single animal protein source (chicken), for kittens from 2 to 12 months. Kitten Care: it contains essential fatty acids to support the development of sight and brain;
- Adult +1 year is the complete food with a single animal protein source (chicken, beef, or tuna) for adult cats over 1 year. Ideal Activity: it is suited for a healthy and lively life;
- Sterilized is the complete food with a single animal protein source (chicken, beef or tuna) for neutered cats. Ideal Weight: it contains reduced fat intake to help preserve the ideal weight;
- Sterilized +7 years is the complete food with a single animal protein source (chicken) for neutered cats over 7 years. Ideal Weight: it contains reduced fat intake to help preserve the ideal weight in senior cats;
- Giant Sterilized, brand new and complete food with a single animal protein source (chicken), which is specifically developed for large neutered cats. It contains glucosamine and chondroitin sulphate, which help preserve healthy articulations.



## "Non ci ha fermato neanche l'alluvione...

A colloquio con Rossella Baiocchi, responsabile marketing di Bama spa: "40 anni vissuti tra made in Italy, prodotti innovativi... e api da salvare"

Il 2020 ha un significato speciale per Bama spa: 40 anni di attività nel mondo della plastica. 40 anni che hanno portato il marchio a una grande notorietà fra i rivenditori del pet, poiché ogni prodotto della linea dedicata Bamapet risponde alle esigenze degli animali e dei loro proprietari in tutti gli aspetti della loro vita insieme: dalla pulizia allo storage, dalle esigenze di viaggio, al riposo e al divertimento.



Per questo sono molto amati dal pubblico e dai professionisti del settore grazie anche alla loro grande potenzialità di espansione e alla capacità innovativa che permette di precorrere le tendenze.

Ne parliamo con la responsabile marketing Rossella Baiocchi.



www.bamagroup.com enjoylifewithbamapet.com









Zampotta Pet Business: Bama festeggia i 40 anni di attività. Come è cambiata l'azienda dagli inizi ad oggi?

Rossella Baiocchi: "L'avventura dei soci fondatori Renzo e Amerigo nel mondo dei prodotti in plastica da casa e da giardino, comincia da zero nel 1980 in un paesino toscano. La voglia di far crescere un progetto che col tempo diventa più bello e articolato, ci porta a diventare nel corso degli anni figura di riferimento nel nostro settore. Ora come allora, la nostra missione è proporre alla clientela prodotti esclusivamente made in Italy, pratici e funzionali, con un ottimo rapporto qualità prezzo. La passione è la fonte di energia che spinge ogni giorno il nostro team a lavorare con entusiasmo per offrire articoli di elevato standard che rispondano alle singole necessità. Dall'attenzione alle esigenze di mercato, nascono soluzioni innovative, dal design accattivante e di tendenza, supportate dai continui investimenti in tecnologie d'avanguardia e a basso consumo per impattare il meno possibile sull'ambiente".



Rossella Baiocchi, Responsabile Marketing Bama Rossella Baiocchi, Marketing Manager at Bama

**Z.P.B:** Quanto è cambiato il settore pet in questi 40 anni, sia dal punto di vista dei produttori che da quello dei consumatori, i proprietari pet?

**R.B.:** "Da proprietaria di 4 cani, 6 gatti, 1 criceto, 12 galline e 2 cavalli posso affermare che gli animali domestici sono diventati parte integrante delle famiglie, i proprietari non badano a spese per garantirgli il cibo più adatto alle loro esigenze alimentari, le cure veterinarie e gli accessori migliori. Finalmente sono accettati in quasi in tutte le strutture, è possibile viaggiare con loro e ci sono addirittura spiagge dog friendly. Come produttori, noi cerchiamo di anticipare le richieste del mercato realizzando accessori funzionali e di design, a prova di pet!"

**Z.P.B:** Guardandosi indietro, quali sono stati i momenti più belli, ma anche i più difficili?

**R.B.:** "Ogni giorno è una nuova sfida che affrontiamo con passione perché motivo di crescita anche personale. Momenti difficili? Ne hanno avuti diversi (dico ne hanno perché ho la stessa età della Bama e ancora non c'ero!) diverse alluvioni, tra le più importanti quella del novembre del 1990, ma anche in quell'occasione tutti si sono messi gli stivali e si sono rimboccati le maniche e sono ripartiti armati di buona volontà. Altri momenti difficili?

#### "NOT EVEN FLOOD STOPPED US..."

Meet Rossella Baiocchi, marketing manager at Bama spa: "40 years spent among Made in Italy, innovative products...and bee rescue"

2020 is special for Bama spa: 40 years of activity in the plastic sector.
40 years led the brand to be famous among pet retailers: each product of *Bamapet* line fully meets the needs of pets and their owners in their daily life: from cleaning to storage, from trips to relax and fun.

That is why they are popular among customers and pet business people, also thanks to their growth potential and the innovative skills that follow trends. Here is our interview with marketing manager Rossella Baiocchi.

Zampotta Pet Business: Bama celebrates 40 years of business. How did the company change from the beginning?

Rossella Baiocchi: "The adventure of founders Renzo and Amerigo in the sector of household and garden plastic products started from scratch in 1980 in a little town in Tuscany. Their desire of developing this project led our company to become a point of reference in the sector. Our mission still focuses on providing customers with made-in-Italy products that are handy, functional and with excellent price-quality ratio. Passion is the driving force of our team, which develops high-standard products meeting specific needs. Paying attention to market needs helps us develop innovative design solutions, supported by constant investment in modern technologies and low consumption to reduce our environmental impact as much as possible".

**Z.P.B:** How much has the pet sector changed in 40 years, both from the point of view of producers and pet owners?

**R.B.:** "I own 4 dogs, 6 cats, 1 hamster, 12 chickens and 2 horses, therefore I can say that pets have become real members of the family. Pet owners spare no expenses to buy the best food according to their needs, veterinary care and the best accessories. Pets are finally welcome in nearly all places, it is possible to travel with them and there are even dog friendly beaches. As producers, we try to anticipate market trends by developing pet-approved functional and design accessories."

#### **Z.P.B:** What were the most beautiful and difficult moments?

**R.B.:** "Every day is a new challenge we face with passion, because it also help us grow individually. Difficult moments? There were more than one, including various floods. The most relevant flood dates back in 1990: even then, everyone rolled up their sleeves and started working. Other difficult moments? COVID-19 pandemic: I would like to tell you a little story to downplay such a hard time, a period of global pain, fear, restrictions and unfortunately also loss of beloved ones.

Last year we had big plans for our anniversary: "How lucky we celebrate 40 years in 2020, moreover 20+20 equals to 40! Excellent for marketing, everyone will remember 2020!". Well, everyone will definitely remember 2020, though not only for our anniversary! During the most critical months, our priorities were our employees, their families and their health. We stopped production for one month to protect our staff, even though a few people still worked in the office and the storehouse, with the necessary PPE and ensuring distancing, in order to guarantee the service to working customers. We took the chance to reflect on the new needs of people, and we understood they did not want to feel alone in finding a new "normality". That is how we developed two advertising campaigns: "Local strawberries", which met with a broad success, as well as "Bee rescue", to encourage people plant flowers on their balconies without pesticides to support the well-being of bees.

Several people sent us pictures of their plants, which were posted on our social channels".

**Z.P.B:** What were the key for Bama success throughout the years? **R.B.:** "Passion is definitely the key for our success. We love our job

L'emergenza COVID-19, e qui vorrei raccontarvi un aneddoto ma solo ed esclusivamente per sdrammatizzare questo periodo storico, un momento di sofferenza globale, di paura, di restrizioni e purtroppo di perdita delle persone care.

L'anno scorso avevamo grandi progetti per il nostro anniversario: 'Che fortuna compiere 40 anni proprio nel 2020, oltretutto 20+20 fa 40! A livello di marketing è fantastico, tutti si ricorderanno del 2020!'. Una cosa è certa, tutti ci ricorderemo del 2020 e non solo per il nostro anniversario!



Durante i mesi più critici le priorità sono state i nostri dipendenti, le loro famiglie e la tutela della loro salute. Abbiamo fermato per scelta la produzione per un mese per tutelarli, continuando però a lavorare con personale ridotto in ufficio e in magazzino, con il dovuto distanziamento e con tutti i dispositivi necessari, in modo da garantire un servizio ai clienti in attività. Abbiamo colto l'occasione per fermarci a riflettere sulle nuove necessità delle persone e abbiamo capito che avevano bisogno di non sentirsi sole nel cercare una nuova "normalità". In questo contesto, sono nate due campagne pubblicitarie: "Fragole a km zero" che ha avuto un'ottima risposta, così come "Salviamo le api", un incoraggiamento a piantare tanti fiori sui balconi senza ricorrere a pesticidi,

per contribuire attivamente al benessere di questi preziosi insetti.

In molti ci hanno mandato le foto delle loro composizioni, poi pubblicate sui nostri canali social.

**Z.P.B:** Quali sono state in questi anni le chiavi del successo di Bama?

**R.B.:** "A costo di essere ripetitiva, la chiave del nostro successo è sicuramente la passione, amiamo il nostro lavoro e quando ami quello che fai non è "lavoro", ma una ricerca costante di idee innovative, di nuove soluzioni per risolvere i piccoli problemi di ogni giorno, è il bisogno di migliorarsi costantemente. Non abbiamo una meta, ma solo tanti nuovi traguardi da raggiungere".

**Z.P.B:** Come nasce un prodotto Bama, da quali ricerche e da quale creatività?

R.B.: "La nostra mission è il "problem solving", individuiamo i problemi e cerchiamo le soluzioni migliori in termini di funzionalità e design, sempre garantendo un ottimo rapporto qualità – prezzo.

Parlando della linea Bamapet, mi piace sempre ricordare che ho avuto la fortuna di crescere con nonni contadini in mezzo alla natura. Conosco molto bene gli animali e le loro esigenze e i nostri prodotti sono studiati e realizzati per risolvere piccoli problemi. Ad esempio, il Trasportino Tour è dotato di vano porta oggetti dove riporre il libretto del veterinario, le salviettine, un gioco o uno snack per il gatto, è dotato di ciotola da



viaggio, passaggio per le cinture di sicurezza e per le cinghie, qualora si decidesse di portarli in bicicletta o motorino. Sapendo per esperienza che questo accessorio terrorizza i gatti, perché serve quasi unicamente per andare dal veterinario (quindi legato a ricordi non proprio bellissimi), abbiamo pensato di realizzare uno sportellino amovibile, di modo che inserendo un cuscino il trasportino diventi una cuccia accogliente da usare ogni giorno. Così il gatto impara a fidarsi e a non averne paura.



Un altro esempio è Orma, il gioco atossico che galleggia e rimbalza. L'idea mi è venuta la notte in cui la mia labrador Luna partoriva e per sopportare il dolore mi portava diversi oggetti con cui fare tira e molla. Da qui, l'idea di un gioco a forma di zampa. Inoltre galleggia e nella misura più grande, può essere utilizzato anche come porta guinzaglio multiplo."

**Z.P.B:** Come si può definire il valore aggiunto del marchio Bamapet sul mercato specializzato dei pet shop? R.B.: "In azienda tutti abbiamo almeno un cane o un gatto, io con 6 gatti e 4 cani mi ritengo un'esperta del mondo animale. I prodotti Bamapet rispondono ai bisogni degli animali e dei loro padroni in tutti gli aspetti della loro vita assieme. Ci tengo inoltre a sottolineare che molti dei nostri

and if you love what you do, you are constantly looking for innovative ideas, new solutions to solve everyday problems and to improve yourself. We have not just one but several new goals".

**Z.P.B:** How are Bama products born, after which researches and creativity? R.B.: "Our mission is "problem solving": we detect problems and try to find the best solutions in terms of functionality and design, still ensuring an excellent price-quality ratio.

Talking about *Bamapet* line, I always like to say that I was lucky enough to grow with farmer grandparents. I know animals and their needs very well: our products have been studied and developed to solve small problems. For example, Tour Carrier features glove compartment for the pet health card, wipes, a toy or a treat for cats. Moreover, it is also equipped with travelling bowl and belt loop. I know that pet carriers frighten cats, since they are normally used for veterinary visits (therefore related to unpleasant memories). That is why we thought of introducing a removable door: by placing a pillow in the carrier, it becomes a cosy everyday bed. Cats can learn to trust the carrier without fear.

Another example is Orma, the non-toxic floating and bouncing toy. I had the idea one night, when my Labrador Luna was ready to give birth. In order to endure pain, she brought a few objects to play fast and loose with. Here comes the idea of a paw-shaped toy that also floats. Moreover, its large size can also be used as multiple-leash holder."

**Z.P.B:** How can you define Bamapet added value on the specialized market of pet shops?

R.B.: "Everyone in our company owns at least a dog or a cat. I own 6 cats and 4 dogs, so I believe I am a pet expert. Bamapet products meet the needs of pets and owners in all the aspects of their life together. I would also like to underline that plenty of our products have been developed in collaboration with veterinarians for special medical needs. For example, Food Stand bowl helps adult dogs feed at the right height. Just measure the withers and hang it on the wall. I can tell you at least one good reason for choosing the bowl: esophageal dilatation. The stomach gets bigger during meals and dogs risk death. By keeping the right posture during meals, the death risk is nearly 0".

**Z.P.B:** According to current trends, pet owners are oriented towards eco-friendly products. How does the company deal with it?

R.B.: "Ecosustainable development is one of our main goals. That is why we chose a green-oriented method, to reduce our environmental impact as much as possible. Our made-in-Italy products feature only non-toxic and 100% recyclable resin. Moreover, we rely on a photovoltaic system for our energy needs, we constantly invest on low-energy innovative materials, choosing recyclable and recycled packaging. Moreover, we constantly control the optimization of logistic and production processes with specific software to avoid waste and reduce handling. We also try to correctly inform customers about plastic and its use, for example by answering to those who criticized the use of plastic toys on the beach: the problem is now what products are made of, but how they are used. Our products are non-toxic and 100% recyclable: therefore they fully respect environment, people and animals".

**Z.P.B:** What was Bama most symbolic product?

R.B.: "The most significant steps were: introduction of bi-material plastic rubber printing, especially the "ARA" dustpan; the first garden line, Line Earth & Nature; in 2016 we entered the pet world with Bamapet. It is the newest range, sharing the same imprinting, innovation and dynamism of other lines, plus special attention to final customers. We adapt production according to direct field experience: we study pet needs and try to offer customized and specific

articoli sono stati ideati in collaborazione con veterinari per rispondere a particolari esigenze di tipo medico. Un esempio è la ciotola Food Stand che consente ai cani adulti di mangiare alla giusta postura, basta prendere la misura al garrese e posizionarla al muro. Vi cito almeno un valido motivo: la patologia nota come megaesofago, dove lo stomaco si ingrossa al momento del pasto e i cani rischiano di morire. Mantenendo la giusta postura quando mangiano, il rischio viene quasi azzerato".

**Z.P.B:** I trend attuali vedono il proprietario pet orientato a chiedere prodotti rispettosi dell'ambiente. Come viene soddisfatto questo aspetto?

**R.B.:** "Lo sviluppo ecosostenibile è uno dei nostri principali obiettivi: per questo abbiamo deciso di adottare un metodo green-oriented per incidere il meno possibile negativamente sull'ambiente. I nostri articoli, rigorosamente made in Italy, sono prodotti esclusivamente con resine atossiche e 100% riciclabili. Abbiamo installato un impianto fotovoltaico per il fabbisogno energetico, investiamo costantemente nell'acquisto di materiali innovativi a basso consumo energetico, scegliendo packaging e imballi riciclabili e riciclati, monitoriamo costantemente l'ottimizzazione dei nostri processi produttivi e logistici con il supporto di software dedicati per evitare sprechi e ridurre al minimo le movimentazioni. Inoltre cerchiamo di dare ai consumatori un'informazione corretta sulla plastica e il suo utilizzo, ad esempio rispondendo sui social a chi ha "contestato" l'uso dei giochi di plastica in spiaggia, sottolineando che il problema non è il materiale con cui sono realizzati gli oggetti, ma l'uso che se ne fa, dato che tutti i nostri articoli sono atossici e riciclabili al cento per cento, nel pieno rispetto dell'ambiente, delle persone e degli animali".

**Z.P.B:** Nella storia di Bama qual è stato il prodotto più rappresentativo?

R.B.: "Le tappe più significative sono state: l'introduzione dello stampaggio della bi-materia gomma plastica ed in particolare il raccogli sporco "ARA"; la realizzazione della prima linea dedicata al giardino, Linea Terra & Natura; e nel 2016 l'approdo nel mondo degli animali con la linea Bamapet. È l'ultima nata, ha lo stesso imprinting delle

altre e ne condivide innovazione e dinamismo, con un'attenzione in più ai suoi destinatari. Calibriamo la produzione in virtù dell'esperienza diretta sul campo: studiamo le esigenze dei nostri amici a quattrozampe per rispondere alle necessità di ognuno in modo personalizzato e particolare. La tecnologia e la sperimentazione aiutano poi a trovare la soluzione perfetta anche nei minimi dettagli di funzionalità e design. I nostri prodotti sono a prova di pet!"

**Z.P.B:** E le più recenti novità in azienda?

R.B.: "Stiamo continuando a investire nella realizzazione di nuovi prodotti, studiamo il mercato e le sue richieste sempre più orientate al rispetto dell'ambiente e al senso civico (era ora!). L'ultimo articolo lanciato esula dalle tre linee consuete, ma non dalla nostra attitudine ambientalista: il posacenere Smoking dotato di sabbia e setaccio per una rapida pulizia. In questi mesi "particolari" per tutti ci siamo concentrati sulle cose veramente importanti, la famiglia, gli affetti, la natura e l'ambiente che ci circonda, abbiamo imparato a non sprecare e ci siamo anche migliorati nella raccolta differenziata. A questo punto ci siamo domandati, come progredire ancora? Puliamo le nostre strade dai mozziconi! Nelle nostre città spesso mancano cestini e ancor più i



posacenere, così abbiamo pensato di dare il nostro contributo realizzando Smoking, un posacenere semplice ma elegante adatto a tutti gli ambienti pubblici e non".



**Z.P.B:** Quasi mezzo secolo di storia alle spalle costituisce sicuramente un bagaglio importante. Come viene declinato tutto questo nell'attuale contesto del mercato e quali sono gli obiettivi futuri? R.B.: "Teniamo molto al coinvolgimento delle generazioni future e crediamo sia di fondamentale importanza scommettere su di loro. La sensibilizzazione dei ragazzi nelle scuole attraverso progetti educativi dedicati è il nostro modo di puntare sui più giovani. Insegniamo loro il rispetto per l'ambiente: bimbi e ragazzi imparano a riconoscere i materiali che compongono determinati oggetti in modo da essere poi in grado di riciclarli correttamente. Organizziamo svariate iniziative di sensibilizzazione, sponsorizziamo eventi sportivi, blog e gruppi di discussione. Per gli amanti del giardinaggio è disponibile il nostro blog www.ilgiardinodibama.it dove l'esperto risponde puntualmente a tutte le richieste e per gli amanti degli animali esiste il blog, seguito da una veterinaria www.enjoylifewithbamapet.com".

solutions. Technology and tests help us find the perfect solution as far as functionality and design are concerned. Our products are pet approved!".

#### **Z.P.B:** What are the most recent news?

R.B.: "We still invest to develop new products, we study the market and its needs, increasingly oriented to environmental respect and to public spirit (at last!). The most recent product does not belong to our three traditional lines, but is till reflects our ecologist soul: Smoking ashtray features sand and sieve for quick cleaning. During these months we focused on what really matters: family, affection, nature and the environment. We learned how to avoid waste and we also improved separate waste sorting. We wondered: how can we go further? By removing fag ends from the street! Cities often lack waste basket and especially ashtrays. That is why developed Smoking, a simple and elegant ashtray suited for public and private places".

**Z.P.B:** Nearly a half century of business is definitely and important background. How do you apply it to the current market and what are the future goals?

R.B.: "We care about involving future generation and we believe it is fundamental to bet on them. Raising awareness in schools with special educational programs is our way of betting on them. We teach them to respect the environment: children and boys/girls learn how to recognize the different materials, in order to recycle them correctly. We plan several awareness initiatives, we sponsor sport events, blogs and debate groups. For garden lovers there is our blog, www.ilgiardinodibama.it, where the expert replies to all questions. For pet lovers there is the blog managed by a veterinarian, www.enjoylifewithbamapet.com".

**Z.P.B:** In the end, what do you think about the current market situation and what is the future of the specialist channel?

R.B.: "I believe a lot in the specialist channel, but not everyone is skilled in the same way. People must be prepared in order to talk about pets; it is necessary to be always informed: often there are people that never owned a pet or are unable to provide tips. Customers want to be reassured, they want to talk to expert retailers capable to recommend the right food, litter or toy. That is how the specialist channel will be able to grow and to be competitive".

**Z.P.B:** In conclusione, come vede l'attuale situazione del mercato pet e quali potranno essere le prospettive del canale specialist?

R.B.: "Personalmente credo molto nel canale specialist, ma purtroppo non tutti sono competenti alla stessa maniera. Quando si parla di animali occorre essere preparati e fare tanta formazione, troppo spesso si incontrano persone poco esperte che non hanno mai avuto un animale o non sanno dare alcun tipo di consiglio. Il cliente vuole essere rassicurato, ha bisogno di percepire che il suo amico a quattro zampe è in mano a persone esperte in grado di consigliare l'alimento giusto, la lettiera adatta o il gioco ideale. È solo così che il canale specializzato potrà crescere ed essere competitivo". (M.F.)

## **LO SHIH TZU** E IL TAGLIO CUCCIOLO

in collaborazione con Paola Acco

#### La razza: origini e aspetto

Anche se di origine tibetana, lo shih tzu divenne il cane da compagnia più diffuso della dinastia Ming, in Cina. Le sue origini si fanno risalire alla metà del XVII secolo, identificando questo piccolo cane tra le razze più amate dall'imperatore.

In Italia lo shih tzu è stato subito apprezzato, grazie a quel carattere amabile e giocherellone racchiuso in dimensioni contenute, che ben si coniugano con la vita in appartamento.

Non è da meno il suo accattivante aspetto esteriore che cattura l'attenzione di molti, grazie al tipico manto folto, liscio e caratterizzato da varie combinazioni di colori.

È una di quelle razze il cui standard prevede che il pelo vada portato lungo, poi per ovvie esigenze di gestione del privato, viene toelettato in vari modi in base alle richieste del padrone e al senso estetico del toelettatore.



#### Un taglio sia pratico che bello

Tra i vari tagli, il miglior compromesso tra praticità ed estetica è senza alcun dubbio il cosiddetto "taglio cucciolo", realizzabile anche su altre razze a pelo liscio, ma che nel caso dello shih tzu riesce ad esaltare

#### Nunzia Bettinelli C/o Toelettatura Per Un Pelo

tel. 0630894019 - nunziabettinelli@gmail.com

allo stesso tempo la sua espressione simpatica e vispa e la sua corporatura possente. Oltre ad essere una linea facile e veloce da realizzare, è anche un'acconciatura durevole, che consente al cane di restare in ordine per almeno un paio di mesi.

L'esecuzione del taglio richiede l'utilizzo di una tosatrice con una testina da 13 mm o 16 mm, una forbice dentata a una lama per la rifinitura e una forbice dritta.

Fondamentale, come al solito, è la corretta preparazione del mantello attraverso l'utilizzo di prodotti nutrienti e specifici e un'asciugatura effettuata secondo il verso del pelo, assecondando la lisciatura ed evitando di creare troppo volume.

#### Il taglio cucciolo passo per passo

Ogni passaggio va effettuato tenendo sempre a mente che il pelo liscio va lavorato seguendone costantemente il verso, per evitare di lasciare antiestetici segni che rovinerebbero l'effetto finale.

- Partendo dall'attaccatura anteriore dell'orecchio, seguendo il verso del pelo, passiamo la tosatrice su tutto il corpo, zampe escluse, tosando anche l'orecchio sia esternamente che internamente e sempre dal centro verso il bordo.
- 2. Toseremo quindi metà testa, il collo, la schiena, il petto, il sottogola e il torace, fermandoci sulle spalle e proseguiremo tosando groppa e cosce posteriori fino al retroginocchio.
- 3. A questo punto, con la forbice dritta passeremo a impostare le zampe, iniziando dal giro del piede. Una piccola nota è doverosa riguardo alle zampe anteriori che presentano spesso dei difetti di appiombo. Ov-



viamente prima di procedere accertiamoci della costruzione morfologica del soggetto in modo da apportare delle correzioni ove necessario. Per semplificare l'esecuzione delle zampe possiamo utilizzare una forbice dentata ad una lama, in modo da ottenere un effetto molto naturale.



4. Passiamo alla coda: tenendola dalla punta, pettiniamo tutto il pelo verso il basso e con la forbice dentata, partendo da quel punto creiamo un semicerchio fino all'attaccatura della stessa. Ripetere l'operazione pettinando il pelo sempre verso il basso, ma dall'altro lato. Così facendo la coda apparirà folta nella parte centrale e ben più corta alla sua attaccatura, facilitando l'igiene del soggetto.

Una volta asciutto, procedere con le rasature igieniche di pancia, parti intime e sottopiedi, avendo avuto cura di tagliare le unghie prima del bagno e aver rimosso i peli dalle orecchie.

#### La testa

Realizzare la "testa taglio cucciolo" è estremamente semplice: sfrutteremo dei punti di riferimento ben precisi che abbiamo creato all'inizio, nel passare la tosatrice.

Abbiamo tosato a partire dall'attaccatura anteriore dell'orecchio, comprendendo anche parte della guancia sottostante. A questo punto pettiniamo all'indietro tutto il pelo della testa e in rotondo, sbordiamo ciò che fuoriesce dal segno fatto precedentemente con la tosatrice.

Ricordiamoci di accorciare bene il pelo sotto il mento per dare slancio al collo.

Pettiniamo il pelo del muso in avanti e tagliamo tutto ciò che supera il tartufo, prestando molta attenzione perché in questa fase il cane prova a tirar fuori la lingua.

Quindi pettiniamo il pelo della canna nasale verso l'alto e diamo un senso di rotondità, pulendo a fondo la zona per evitare la formazione di fastidiose cispe. Portiamo in avanti il pelo del ciuffo e alzando leggermente la testa, creiamo una rotondità che va da un angolo esterno dell'occhio all'altro, scoprendo bene l'arcata sopraccigliare per mettere in risalto lo sguardo.

Pettiniamo e scuotiamo delicatamente per poi rifinire il tutto e dare compattezza.

Con questi passaggi, in pochi minuti avremo realizzato un taglio comodo da gestire, riportando il nostro soggetto ad avere le stesse espressioni e lunghezze di quando aveva circa tre mesi, ed ecco spiegata la denominazione di questo taglio.





nzia Bettinelli sempre innamorata dei cani e degli animali in genere a 25 anni, sceglie per curiosità di quentare un corso di toelettatura per poi inaugurare il suo negozio nel dicembre 2004. De tre mesi dalla fine del corso partecipa alla prima gara di toelettatura, il rinomato andromom, piazzandosi al secondo posto nella classe debuttanti con un bedlington terrier. Stretta per ragioni personali a interrompere il percorso delle competizioni, per poi riprenderlo in maggiore assiduità negli ultimi tre anni, in cui riesce a ottenere la prima medaglia d'oro al ster Show in classe intermedia con un barbone grande mole toelettato in Terrier Clip. Seguono classe libera i primi posti in Spagna, a Bari e in Belgio a Groomania, sempre in classe Barboni. aprile 2018 vince la classe Barboni campioni con un grande mole bianco toelettato in Terrier Desguono altre medaglie, al Master Show, Groomathens, al MilanGroom e in altre importanti neetizioni europee.

## NEGOZIO DEL MESE

## **IL SUCCESSO PASSA** DALL'IDENTIT

Un pet shop che attrae i clienti con la sua forte personalità, dal logo alla scelta dei marchi ospitati, nel segno della qualità

Varcando la porta di Little Erik, il pet shop che Fabio Amoruso ha aperto nel febbraio del 2017 e gestisce in prima persona, viene in mente il detto "anche l'occhio vuole la sua parte" e il marketing ci insegna che chi trova la giusta combinazione cromatica, riesce ad attirare l'attenzione del potenziale cliente.



**LITTLE ERIK PETFOOD & CARE** littleerik@libero.it tel. 0809146149





Tutti i dettagli cromatici sono stati scelti con cura, fino a farli diventare una brand identity che accentua i punti di forza per renderli unici. Insomma, il colpo d'occhio è il biglietto da visita. Diversamente da tanti negozi in cui prevale il marasma informativo e stimolativo, da Little Erik il cliente viene accolto da una scelta di colori ben definita che funge da catalizzatore della vista e stimola a usare anche tutti gli altri sensi. L'olfatto è il secondo senso a essere colpito con piena soddisfazione, sembra infatti quasi di entrare in una profumeria: nessun odore fastidioso, anzi, aleggia solo un gradevole profumo di pulito. Con il tatto, il cliente mette alla prova la qualità dei prodotti. L'udito serve per ascoltare i tanti e utili consigli forniti dal titolare che è un vero e proprio prezioso consulente del proprietario pet. E il gusto... quello lasciamolo giudicare agli amici a quattro zampe, però,

vedendoli apprezzare pienamente la selezione di marchi del pet food presente in negozio, possiamo dire che il poker dei cinque sensi è completo!

#### Il lavoro della vita

Little Erik nasce tre anni e mezzo fa a Bari in viale Papa Pio XII. Non è la prima attività di lavoro per il titolare Fabio Amoruso, forte di esperienze precedenti in un centro commerciale nella corsia pet e poi in un grande marchio di pet food. Ma per lui è il lavoro della vita, quello da cui è riuscito a trarre le maggiori soddisfazioni e che lo sta appagando pienamente.

D'altra parte, per tutta la vita ha sempre avuto un animale al suo fianco.

Il rione Poggio Franco dove ha sede il negozio è una bella zona della città pugliese con eleganti palazzi e una buona frequentazione. Nei pressi la concorrenza è tanta, ma Little Erik ha fatto una serie di scelte strategiche per riuscire a distinguersi.

#### Partire dal colpo d'occhio

La prima scelta è l'accoglienza del cliente, che viene attratto da un colpo d'occhio particolare legato alla combinazione cromatica unica. Unica perché derivante non dall'utilizzo di materiali standardizzati forniti dai brand delle aziende, ma nata direttamente dalla competenza in campo artistico di Fabio che ha disegnato personalmente tutta la grafica del negozio, dalle vetrate agli adesivi, dalla vetrina all'ingresso.

Oltre l'ingresso, si raggiunge un ambiente in cui regnano ordine, profumo e pulizia. Ma





soprattutto, la prima impressione è confermata dalla scelta di qualità nella selezione dell'assortimento e dalla gentilezza e competenza del titolare sempre pronto a fornire consulenze e consigli, soprattutto in campo mangimistico.

#### Disponibilità, educazione, trasparenza, precisione

La selezione dei marchi, quasi tutti italiani, è il punto di forza del negozio: alimenti e accessori della qualità più alta per cani, gatti, uccelli, roditori e pesci.

"Il mio cliente - spiega Fabio Amoruso vuole essere seguito nelle scelte relative all'alimentazione, è un proprietario pet a cui piace fermarsi a parlare con me, chiedere consigli e pareri su un prodotto o sull'altro in base alle esigenze del suo animale. Io spiego nei dettagli, mi piace essere chiaro e trasparente e se ritengo che qualcosa non

vada bene, piuttosto rinuncio alla vendita. lo punto molto su questi concetti: disponibilità, educazione, trasparenza, precisione".

#### Clienti soddisfatti e fidelizzati

Fabio gestisce il pet shop in prima persona in modo da creare un rapporto diretto e di fiducia con il proprietario pet. Il passaparola fra clienti soddisfatti resta per Little Erik la migliore strategia di comunicazione, sfruttando anche i social come Facebook su cui sono pubblicate foto del negozio e recensioni dei frequentatori. E il cliente soddisfatto, è un cliente fidelizzato che torna ad acquistare.

Fra i servizi offerti, anche la possibilità di consegne a domicilio gratuite.

A Natale, o in occasioni specifiche, non manca l'omaggio di qualche gadget su misura.



#### Erik, un amore che non tramonta

In una gestione di questo genere, l'aggiornamento professionale non può mancare "attraverso la partecipazione a fiere e mostre, internet e la lettura di riviste di settore, soprattutto Zampotta Pet Business" spiega

I progetti futuri? Ingrandire il pet shop e magari riuscire ad aprirne un altro.

A proposito! Sapete da dove nasce il nome Little Erik?

Si chiamava Erik il primo dei tanti cuccioli - un cane da caccia bianco e marrone, gli stessi colori riportati sul logo del negozio che Fabio ha avuto nei suoi 44 anni di vita. Un omaggio a un affetto che non terminerà mai.



## **SCENOSE E REDDITIZIE: LE ECHINODORUS**

Tra le specie molto note che assicurano larga parte del fatturato del vivo troviamo le Echinodorus, piante di grande impatto visivo

#### DI ALESSANDRO MANCINI

Il "vivo" è diventato da qualche anno una voce di entrata fondamentale per la gestione economica di un negozio. Guadagnare anche con le piante si può, a patto di ridurre al minimo le





Dalla continua produzione di stoloni delle "piante nadri" si possono ricavare decine di nuove piante

perdite, valorizzare al massimo l'esposizione al pubblico e, in sostanza, far "girare" l'esposizione riducendo il più possibile i tempi di giacenza. Fondamentale è la gestione delle specie-guida, cioè delle 10-15 specie (o gruppi di specie) che da sole assicurano il 70-80% del fatturato di vivo. Tra queste ci sono senza dubbio - fin dagli albori della moderna acquariofilia – le Echinodorus, piante che richiamano l'attenzione e che, per consentire di apprezzarne in pieno l'esuberante bellezza, dovrebbero essere riservate a vasche ampie e spaziose.

#### Esplose con l'idroponica

Con l'avvento delle tecniche di propagazione meristematica praticate dalle serre europee specializzate nella produzione di piante da acquario, questo genere ha visto aumentare enormemente la sua diffusione negli acquari domestici, grazie al fatto di essere particolarmente adatto alla coltivazione in idroponica praticata in serra.

Particolarmente appariscenti sono le cosiddette "piante madri", nome che indica esemplari

particolarmente imponenti spesso sfruttati per la produzione di stoloni da cui ricavare nuove pianticelle inserite quindi nei vasetti: attenzione però, si tratta di piante sviluppatesi emerse e spesso provviste di

Tutte le Echinodorus necessitano di fertilizzazione a base di ferro chelato perché temono la clorosi

abbondanti infiorescenze, la cui acclimatazione alla coltura sommersa si rivela alquanto problematica, rendendosi semmai più adatte al paludario. Per un po' tutte le Echinodorus



vendute in vasetto idroponico l'acclimatazione alla coltura sommersa di piante giovani provenienti da idrocoltura è generalmente buona e non eccessivamente lunga, comportando una perdita molto lenta e graduale delle foglie sviluppate in emersione, sostituite man mano da quelle della forma sommersa.

#### Sensibili alla clorosi

La maggioranza delle specie nel passaggio dal vasetto al substrato definitivo di

L'acclimatazione delle piante madri cresciute a terra può essere problematica

crescita richiede un fondo spesso almeno 6-8 cm, costituito preferibilmente da sabbia quarzifera o silicea a grana fine (1-2 mm) mista ad argilla e torba. Alcuni consigliano un fondo "povero" per inibire lo sviluppo di foglie emerse, soluzione però sconsigliabile perché comporta frequentemente gravi carenze di crescita nella pianta. Tutte le Echinodorus necessitano infatti di una regolare fertilizzazione, in particolare a base di ferro chelato in quanto soffrono molto la clorosi (ingiallimento delle foglie): ciò vale soprattutto per le piante coltivate in idroponica che, sottoposte in serra a un massiccio apporto di fertilizzanti, possono "entrare in crisi" una volta trasferite in acquario. Le forme oggi coltivate si mostrano assai tolleranti riguardo ai valori fisico-chimici dell'acqua, tuttavia ideali sono un pH intorno a 6,5 e una durezza piuttosto bassa (non superiore a 10 °dGH).

#### Smistabili ovunque

Un grande pregio delle *Echinodorus* è senza dubbio la facilità con cui possono essere gestite in negozio, grazie alla loro versatilità di sviluppo. I vasetti idroponici si possono tenere per settimane senza scadimento di qualità in plateau appoggiati sul fondo con un dito d'acqua di vasche/serra a temperatura ambiente (ideale 20-24 °C), con elevata umidità (almeno 80%) ma adeguato ricambio d'aria (non coperchi ermetici!), oppure in acquari con o senza fondo di sabbia, possibilmente con temperatura non superiore a 22-24 °C per rallentare il più possibile il processo di conversione fogliare, che se da un lato avvantaggia la pianta nella successiva acclimatazione alla coltura sommersa nella vasca del cliente, dall'altro la rende indubbiamente meno vistosa agli occhi dello stesso... Ciò può sembrare

#### **CONSIGLI IN PILLOLE**

- Sono piante ideali per gli acquari "aperti": soprattutto le specie più grandi, infatti, formano folti cespugli emersi senza al contempo perdere in poco tempo il fogliame sommerso come avviene di frequente nelle piante che proseguono la crescita fuori dall'acqua.
- In genere queste piante richiedono una luce normale, tuttavia per le numerose forme a foglie rosse è necessaria una maggiore intensità.
- La temperatura ottimale è tra 22 °C e 26 °C, quasi tutte le specie tollerano comunque valori fino a 28-30 °C e sono quindi consigliabili anche per gli acquari dedicati ai discus.

paradossale, ma anche senza scomodare celebri detti come "il cliente ha sempre ragione" o "anche l'occhio vuole la sua parte", bisogna inevitabilmente fare i conti e cercare un giusto compromesso con chi, nonostante i nostri consigli, al momento dell'acquisto si lascia guidare da criteri essenzialmente estetici piuttosto che pratici e funzionali. Basti ricordare come vadano sempre a ruba i vasetti di Cryptocoryne, Lobelia, Hygrophila o (appunto) Echinodorus con piante fiorite (!), ovvero nel momento peggiore per un'acclimatazione alla coltura sommersa, visto che la fioritura avviene sempre in emersione!



## PERCHÉ SALARE (ANCHE) L'ACQUA DOLCE

Consiglio indispensabile per gli acquariofili: la correzione con appositi sali che ricreino le condizioni delle acque di origine

**DI VALERIO ZUPO** 

#### Acque chiare, acque dure...

Esistono infinite tipologie di acque tropicali come tutti sappiamo, e non sono possibili generalizzazioni, considerando che si tratta di una fascia geografica molto ampia situata tutto intorno al globo, che va da una parte all'altra dell'equatore. Tuttavia, se analizziamo l'acqua di moltissime zone tropicali nelle quali proliferano piante acquatiche, ci stupiremo per la sua durezza bassissima e per i livelli minimi di nutrienti. Le acque tropicali dalle quali derivano molte piante destinate ad essere ospitate nei nostri acquari sono incredibilmente soffici ed oligotrofiche. Perché ci meravigliamo dunque, osservando che nella vasca del cliente le piante ingialliscono e si ricoprono di alghe epifite?

Una semplice misurazione degli ioni disciolti potrà eliminare ogni dubbio sulla causa del problema!

Potremmo comparare le caratteristiche di molte acque interne tropicali ad un'acqua distillata contenente pochissimi sali. Tuttavia, una caratteristica che accomuna mare e acque interne delle regioni tropicali, è questa forma di oligotrofia, che non nega alcuna risorsa per le specie presenti, così assicurando grande biodiversità. Insomma, i sali sono pochi ma ben bilanciati e ci sono davvero tutti, inclusi gli elementi in traccia. Nonostante la presenza di tanta diversificata vegetazione, i nutrienti sono sempre presenti e non si osservano carenze di sorta, se non localmente ed in casi molto particolari.

La composizione delle acque tropicali presenta molti sali differenti in piccole concentrazioni



#### L'acqua giusta per le piante

In genere nelle acque tropicali il pH è basso, attorno a 7 o di poco inferiore (es. 6.5-6.8, che è un valore acido se comparato a quello delle nostre acque di rubinetto), la conduttività molto bassa, attorno a 50-60 µS. Inoltre registriamo spesso concentrazioni di ioni ferro elevate, attorno a 20-25 ppm, così come l'acido carbonico, che svetta attorno ai 60-70 ppm. Con questi valori non c'è da stupirsi se le piante crescono a ritmi eccellenti. Di contro, ritroviamo valori bassi di ammonio (meno di 0.5 ppm) e fosfati (0.3 ppm). Normalmente questi ioni non sarebbero misurabili con i nostri kit da acquari. In genere troviamo livelli elevati anche di manganese, attorno ai 10 ppm, mentre sono bassi quelli di calcio, sodio e magnesio. Confrontiamo ora questi valori con quelli della nostra acqua di rubinetto e noteremo che, al contrario, calcio, sodio e magnesio costituiscono l'80 per cento (o più!) dei sali disciolti, mentre il potassio, che può rappresentare un nutriente importante per le piante acquatiche, è presente in concentrazioni inferiori ai 3 ppm (in molte acque tropicali giunge a 20 ppm e più). Naturalmente le acque interne della Tailandia sono molto diverse da quelle di Sri-Lanka e totalmente diverse da molte acque amazzoniche.

D'altra parte nello stesso Rio delle Amazzoni troviamo acque con caratteristiche diametralmente difformi. Tuttavia, la composizione chimica delle acque tropicali si distingue quasi costantemente per la presenza diversificata di molti sali in piccole concentrazioni, a differenza di quelle che sgorgano dal nostro rubinetto, che contengono pochi sali in elevate concentrazioni. Esiste una legge naturale che solo negli ultimi anni stiamo scoprendo, che indica bassa diversità laddove le fonti di nutrienti sono poco diversificate e molto abbondanti. Pertanto usando la nostra acqua di rubinetto dovremo aspettarci che una-due specie di piante acquatiche (probabilmente le più robuste e meno desiderabili) crescano bene, mentre tutte le altre marciranno inesorabilmente.

Osserviamo ora nella figura le principali differenze tra le composizioni ioniche delle acque di rubinetto e quelle dove più spesso crescono le nostre piante tropicali per identificare immediatamente il problema!



#### Preparare l'acqua dolce tropicale

Da tutto quanto sin qui esposto appare evidente che il metodo classico di preparazione dell'acqua dolce tropicale non può funzionare. In genere, ci si limita a consegnare al cliente una tanica di acqua demineralizzata, suggerendo nella migliore delle ipotesi di miscelarla in giuste proporzioni con acqua di rubinetto, allo scopo di ottenere un pH ed un potere ionico adeguato.

Questa pratica in genere funziona relativamente bene per i pesci (e non per tutti!) ma può avere effetti devastanti sulle piante. Infatti, il pH probabilmente si conserverà stabile sui valori desiderati e il potere ionico generale (in termini di conduttività) potrebbe somigliare a quello dell'acqua di origine delle piante. Ma questa operazione equivale a suggerire di sciogliere 33 gr di sale da cucina nell'acqua di rubinetto per preparare una "perfetta" acqua di mare e suggerire poi di allevare, nella stessa, coralli e altri invertebrati: nella migliore delle ipotesi gli animali deperiranno e cominceranno a morire dopo pochi giorni, comè evidente a tutti.

Perché allora, nel caso dell'acqua dolce, continuiamo a utilizzare formule antiche che non ripagano degli sforzi?

Avendo le nostre acque di rubinetto una composizione molto sbilanciata rispetto alle acque tropicali, anche aggiungendone piccole quan-

tità non riusciremo mai ad ottenere composizioni simili.

Sarebbe come voler preparare un impasto utilizzando 1 kg di sale mescolato ad acqua ed un pizzico di farina (!), invece di dosare correttamente 1 kg di farina, poca acqua ed un pizzico di sale.

Benché appaia pazzesco, è esattamente quello che facciamo quando proponiamo di mescolare al 50% acqua demineralizzata e acqua di rubinetto. Già dal giorno successivo ci troveremo a dover fronteggiare i problemi del cliente, in relazione a malattie di pesci e mortalità di piante acquatiche.



#### I sali per l'acquario d'acqua dolce

E evidente che i tempi sono maturi per una revisione dei nostri paradigmi. L'acquario d'acqua dolce, così come quello marino, necessita di una soluzione avente una composizione salina simile a quella delle acque di origine dei nostri pesci e delle piante. Ovviamente non pretenderemo di imitare perfettamente la composizione di un ruscelletto amazzonico, anche perché sarebbe impossibile, in mancanza di un laboratorio specializzato, dosare tutti i componenti opportunamente.



Tuttavia esistono (e vengono solitamente sottovalutati dal commerciante specializzato) sali specifici per varie aree del globo, che potranno aiutare ad imitare la composizione salina e ionica di grandi bacini interni, in modo da soddisfare le esigenze non solo delle piante, ma anche dei pesci allevati.

In ogni caso, si scoprirà che le variazioni tra un bacino e l'altro sono spesso di gran lunga meno evidenti rispetto a quanto potremmo proporre utilizzando acqua di rubinetto.

Pertanto potremo semplicemente suggerire l'aggiunta di alcuni oligoelementi all'acqua totalmente demineralizzata (es. potassio, manganese e ferro), oppure utilizzare un mix salino che imiti quello specifico dell'area geografica di interesse. In entrambi i casi otterremo risultati molto interessanti perché riusciremo ad avvicinarci alle caratteristiche dell'acqua che hanno promosso la vita e l'evoluzione di piante e pesci tropicali.

Naturalmente il tutto andrà completato con l'aggiunta di un fertilizzante specifico, perché molti elementi (come il ferro) precipitano rapidamente in un ambiente ossidato e necessitano quindi di essere ripristinati. Eviteremo, di pari, fertilizzanti che contengano elementi inquinanti (nitrati, fosfati, ammoniaca) perché questi sono sempre presenti in eccesso in un acquario che contenga anche animali. Limiteremo il loro uso (con molta parsimonia) agli acquari di sole piante, che tuttavia rappresentano una vera eccezione ai nostri giorni, essendo tramontati oramai i tempi gloriosi degli "olandesi" puri.

Esistono sali specifici che imitano la composizione salina e ionica di grandi bacini interni

#### Conclusioni

Disporre sugli scaffali del negozio dei sali per l'acqua dolce può apparire come un eccesso per molti negozianti specializzati, perché si ritiene solitamente che l'acqua dolce debba contenere solo pochissimi ioni. Eppure i risultati che lo stesso cliente potrà verificare facilmente con la coltivazione delle piante acquatiche, permetteranno di convincere facilmente della loro necessità. Un'aggiunta di oligoelementi a tutta l'acqua inizialmente utilizzata per riempire la vasca, e successivamente per ogni cambio parziale, permetterà di conservare un ambiente ideale per la vita di pesci e piante tropicali. D'altra parte, la scelta finale potrà essere effettuata dallo stesso hobbista, ma si scoprirà presto che i clienti, dopo qualche titubanza, saranno convinti dell'importanza di preparare correttamente la miscela salina proposta dal negoziante per l'acquario d'acqua dolce.



## **È AUTUNNO: CONTINUO CON GLI ANTIPARASSITARI?**

Arrivata la stagione più mite e in previsione di quella fredda è una domanda ricorrente, ma qual è la risposta giusta?

#### **DI LINDA SARTINI**

Siamo a ottobre e l'autunno è ormai inoltrato. L'Italia è un Paese molto disomogeneo dal punto di vista climatico, pertanto in alcune regioni del sud c'è ancora chi fa il bagno al mare mentre al nord iniziano a spuntare i primi maglioni. Sono ancora molti i proprietari di cani e gatti convinti che gli ectoparassiti siano un problema esclusivamente estivo ma questa credenza è quanto mai errata, così come l'abitudine di applicare gli antiparassitari solamente a partire da aprile-maggio fino a settembre-ottobre. Senza contare il gran numero di persone "distratte" che dimenticano le scadenze o somministrano i prodotti nella maniera sbagliata, rendendo meno efficace o addirittura vana la profilassi e aumentando il rischio di esposizione agli "ospiti indesiderati" e alle eventuali patologie che possono veicolare e trasmettere. Fortunatamente, però, dall'altra parte sono sempre di più i proprietari correttamente informati che seguono pedissequamente le indicazioni e proteggono in maniera adeguata i propri amici a quattro zampe.

I cambiamenti climatici a cui stiamo assistendo da anni portano a estati più calde e inverni progressivamente più miti. Salvo aree estreme e in quota, è ormai sempre più difficile avere una stagione fredda veramente rigida e prolungata e questo favorisce la sopravvivenza e l'attività di moltissimi parassiti. Inoltre, le aree cittadine rappresentano delle vere e proprie "serre calde" senza contare le temperature che teniamo normalmente all'interno delle nostre case... insomma, non esistono più gli inverni di una volta, quelli che fanno veramente battere i denti!



#### Parassiti sempre più... 4 stagioni

Certamente la tarda primavera, l'estate e il primo autunno sono le stagioni più favorevoli per i parassiti ma ormai i periodi dell'anno in cui le temperature si abbassano, fino a scendere sotto la soglia di sopravvivenza della maggior parte di loro, sono sempre più ridotti. Senza contare le "nicchie" all'interno delle quali questi parassiti possono trovare rifugio. Prendiamo le pulci ad esempio, i parassiti per eccellenza: questi insetti vivono sulla cute dell'animale a contatto con il calore del corpo e protetti dal folto terrompe mai, neanche in inverno.

Le zecche, acari estremamente resistenti, viste le temperature invernali sempre più miti riescono a rimanere attive - a seconda delle zone - per buona parte dell'inverno: in alcune città del nord Italia questi artropodi parassiti sono stati raccolti nei giardini pubblici e addirittura sull'asfalto di strade e marciapiedi anche a gennaio.

Per le zanzare, sebbene meno resistenti delle zecche e meno adattabili delle pulci, vale lo stesso discorso: nella maggior parte delle aree urbane, vere e

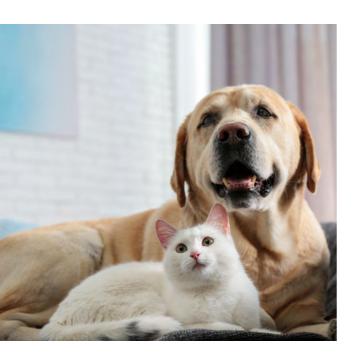


I cambiamenti climatici hanno reso le stagioni più miti e i parassiti proliferano anche in inverno

pelo invernale, che gli consente di sopravvivere anche su animali che vivano all'esterno, a maggior ragione su quelli che hanno la

fortuna di abitare con i loro padroni, all'interno di abitazioni dalla temperatura molto confortevole. Le loro uova cadono dall'ospite e le larve che ne originano trovano riparo all'interno delle cucce e in giro per la casa in attesa di mutare a parassiti adulti e salire nuovamente sull'animale per compiere il pasto di sangue: un ciclo che, salvo condizioni climatiche veramente avverse, non si inproprie "bolle di calore", ma soprattutto all'interno delle abitazioni, tutte dotate di riscaldamento artificiale che consente di mantenere temperature gradevoli anche di 20-22 °C per l'intero arco della giornata, le zanzare possono occasionalmente sopravvivere per tutto l'anno continuando a volare, pungere e nutrirsi ma anche spostarsi da una casa all'altra nei periodi meno rigidi.

Anche i flebotomi, seppur in misura minore rispetto alle zanzare, soprattutto negli inverni più miti e in particolare nelle regioni del sud, ben più calde di quelle del nord, possono continuare la loro attività di parassiti per buona parte dell'inverno.



#### Gli ectoparassiti: non solo fastidiosi ma anche vettori di malattie

Ebbene, degli ectoparassiti non ci si libera neanche in inverno ma in questa stagione sono - almeno nella maggior parte dei casi - sicuramente meno numerosi rispetto all'estate: questo li rende meno fastidiosi o pericolosi? Purtroppo no! Di sicuro la percezione dei proprietari è quella di un rischio minore per i pet ma la maggior parte dei parassiti esterni, oltre ad essere fonte di disagio per l'animale, sono anche potenziali vettori di patogeni. Le pulci, oltre a sottrarre all'animale qualche goccia di sangue e arrecare un fastidio limitato nel caso di infestazioni lievi, sono causa di Dermatite Allergica (DAP) nei soggetti sensibili e possono trasmettere patologie parassitarie (come la tenia *Dipylidium caninum*) o batteriche (ad es. la bartonellosi - Bartonella henselae). Anche le zecche sottraggono sangue e la loro puntura può causare reazioni cutanee localizzate ma possono anche rendersi responsabili di patologie come la paralisi da zecca, l'encefalite da zecca, la malattia di Lyme e molte altre. Sulla puntura della zanzara e sul fastidio che può arrecare non c'è da aggiungere altro

a quello che già sappiamo per esperienza diretta, ma non dimentichiamo una delle più importanti malattie parassitarie della quale può essere vettore: la filariosi cardio-polmonare e

A causa delle trasmissioni di patologie veicolate dai parassiti, la profilassi antiparassitaria è consigliata tutto l'anno

la filariosi cutanea. E i flebotomi? sono i vettori della Leishmaniosi, ovviamente!

## Quindi? Quando posso interrompere la somministrazione?

Eccoci tornati al punto di partenza, alla domanda formulata nel titolo. Al sopraggiungere dell'autunno, il quesito che viene posto da molti proprietari – in particolare quelli poco informati, quelli che lo considerano un impegno gravoso, quelli che lo vedono come una "piccola tortura" o ancora quelli desiderosi di risparmiare qualcosina – ai veterinari, ai toelettatori e ai gestori dei pet shop, è il seguente: "Devo continuare a mettere gli antiparassitari a Fido e Micio?".

Ebbene, la risposta è sì!

Questo è il consiglio che ormai quasi tutti i veterinari danno ai loro clienti. Sempre più spesso viene caldeggiato il prolungamento della profilassi antiparassitaria addirittura per tutto l'arco dell'anno senza distinzione di stagione, sia per gli animali che vivono in casa che per quelli outdoor, dal momento che i parassiti sono presenti, salvo qualche eccezione, anche per la maggior parte dell'inverno. Considerando soprattutto la possibilità di trasmissione di patologie, che mettono a rischio sia la salute dei pet che quella degli umani, il suggerimento da dare è quello di non abbassare la guardia neanche nel periodo freddo ed eventualmente, in caso di dubbio, di confrontarsi con il veterinario curante: di conseguenza, meglio tenere sempre una scorta di antiparassitari in assortimento.





# IL CARDELLINO: VARIOPINTO E DAL CANTO INCONFONDIBILE

Fringillide dal piumaggio e dalle doti canore notevoli, ha esigenze ben precise per una corretta gestione, vediamole assieme

#### **DI GIANNI RAVAZZI**

Il cardellino è un piccolo passeriforme, amato e allevato da oltre duecento anni con grande soddisfazione dall'uomo, che nel tempo spesso ne ha ibridato i maschi con femmine di canarino, allo scopo di ottenere cantori di notevole qualità e soggetti dal piumaggio molto particolare. Conosciamolo meglio.

#### Un aspetto unico

Tra i rami di un'acacia o appeso in posizioni improbabili a steli di graminacee o su fiori di "carduus" (cardo selvatico), il nostro amico è facilmente riconoscibile per la mascherina rossa e per la banda alare giallo acceso. Con i suoi di 13-15 cm di lunghezza, un'apertura alare di 22-25 cm e peso di 18-22 gr, è un uccellino piccolo e molto agile.

Il dimorfismo sessuale è evidente solo per chi ha un occhio attento ed esperto: il maschio ha mascherina facciale più ampia che copre lateralmente anche parte o la totalità della zona oculare; la femmina invece ha la mascherina appena accennata, che raramente raggiunge la zona dell'occhio. Nel maschio il disegno nero del capo è più marcato e di colore più intenso e lucido come nero-lucente è il colore delle copritrici alari, che nella femmina invece sono tendenti al marrone scuro.

In volo è caratterizzato da movimenti ondulatori, con spostamenti normalmente brevi. Durante il periodo riproduttivo, le coppie si isolano e cercano un posto molto riparato per costruire



il nido, imbottito con materiale molto soffice, in altra stagione lo si può avvistare in piccoli gruppi che si muovono all'unisono alla ricerca di cibo.

Il canto è estremamente piacevole, vario, modulato, molto melodioso e inconfondibile: un "tuuiitt-uitt-tuuiitt-uitt" ripetuto e "liquido". È il maschio il cantante di famiglia e si esibisce prevalentemente nelle ore del mattino e al tramonto, quasi tutto l'anno, a eccezione del periodo della muta (da metàfine luglio a fine settembre).

Classificazione del Carduelis carduelis		
Classe	Aves	
Sottoclasse	Neornithes	
Ordine	Passeriformes	
Sottordine	Oscines	
Famiglia	Fringillidae	
Genere	Carduelis	
Specie	Carduelis carduelis (Linnaeus, 1758)	

Oltre alla specie di riferimento, Carduelis carduelis carduelis, se ne classificano diverse sottospecie: C.c. britannica, C.c. parva, C.c. tschusii, C.c. niediecki, C.c. balcanica, C.c. Brevirostris (o C.c. loudoni), C.c. colchicus, C.c. volgensis, C.c. paropanisi, C.c. frigoris (o C.c. major), C.c. subulata, C.c. caniceps, C.c. ultima.

## Come attrezzare un alloggio per coppie, giovani o colonie

Come sempre quando parliamo di uccelli da gabbia e voliera, la premessa è sempre la stessa: più l'alloggio è ampio e meglio è. Nel caso dei cardellini è importante tener presente che le coppie in riproduzione hanno bisogno di molta tranquillità e per questo in colonia è molto complicata, a meno di disporre di enormi voliere esterne.

In gabbia la dimensione minima che consiglio è di 90x40x45h. Un angolo della stessa va schermato in modo che quando sono in quello spazio i cardellini si sentano al riparo da occhi indiscreti. È quello il punto in cui inserire un porta nido rivestito con rametti di abete, tuja ecc, oppure con materiali artificiali similari, per rendere il porta nido ben nascosto.

Per l'imbottitura sarà bene mettere a disposizione dei cardellini fili di iuta e altri materiali vegetali da imbottitura, con cui la femmina fodererà il nido rendendolo molto accogliente per i piccoli che schiuderanno dalle 4-5 uova deposte dopo 14-15 giorni di cova.

I posatori devono essere sistemati in modo da lasciare ai cardellini lo spazio per piccoli voli.

Approntate corde di canapa nelle gabbie, amano appendersi in posture plastiche



Le mangiatoie, l'abbeveratoio a sifone e la vaschetta per il bagno vanno poste nella parte più lontana dal nido, in modo da non disturbare la coppia ogni volta che si provvede a somministrare alimenti o acqua.

I giovani, i soggetti non accoppiati e le coppie fuori dal periodo riproduttivo possono tranquillamente essere allevati in gruppetti, anche in alloggi non eccessivamente dimensionati.

Le voliere per accogliere più cardellini devono rispettare minime caratteristiche fondamentali: avere diversi punti protetti ben distanziati tra loro con porta-nidi artificiali; diverse mangiatorie distanti tra loro in modo che non ci sia rischio di "risse" per il cibo, molti abbeveratoi ed essere arredate in modo tale da permettere all'allevatore una comoda gestione e agli ospiti tutto il comfort possibile.

Ricordando sempre che i cardellini amano appendersi in posture plastiche, si possono far pendere dal tetto della voliera corde di canapa che scendano a terra. In caso di grandi voliere esterne (da giardino) sarebbe ottimo inserire vasi con vegetazione vera: le piante e gli arbusti non vengono danneggiati dai cardellini e offrono anche esteticamente un bell'impatto. Importantissimo per le voliere da giardino con fondo naturale è che il terreno sia rivestito di rete calpestabile a maglia fine (1x1 cm) per evitare intrusi (soprattutto topi) attratti dai semi caduti.

In questo caso la pulizia della lettiera può avvenire con minor frequenza rispetto ad un fondo in cemento o altro che invece dovrà essere ricoperto con sabbia di fiume.

#### La dieta del cardellino e le sue numerose varianti

L'alimentazione è sempre l'argomento più dibattuto; ogni allevatore ha la propria ve-

#### ERRORI COMUNI NELLA DIETA DEI CARDELLINI

Ci sono alcuni errori comuni che molti allevatori commettono, spesso per eccesso di amore verso i propri animali, volendo "strafare".

- \* Somministrazione di frutta e verdura sbagliate o in quantità eccessive: la mela, che i cardellini mangiano volentieri va fornita non più di due volte alla settimana, perché lassativa;
- \* se non si possono avere le erbe prative citate o le insalate citate meglio evitare anziché offrire la foglia di lattuga classica (estremamente lassativa);
- \* evitare sempre di mettere alimenti umidi mescolati ai pastoni secchi (tipico errore aggiungere semi di niger germinato o lessato al pastone secco, il niger umido farà irrancidire in poco tempo il pastone;
- \* se non si è super-esperti meglio evitare i prodotti "fai da te" come semi germinati (che potrebbero contenere muffe e batteri pericolosi), tortini di farine varie...
- \* l'uso di larve di insetto è un'integrazione proteica ottima per il periodo riproduttivo a condizione che si utilizzino nel modo corretto. Per chi non è troppo esperto conviene utilizzare quelle congelate prodotte apposta per l'alimentazione degli uccelli e solo se fornite in apposita mangiatoia che si mette a mattino e si toglie la sera per evitarne la fermentazione. Le larve vive da bollire e poi far "frollare" prima della somministrazione, sono estremamente rischiose perché il processo di "lavorazione" rischia di produrre maggiori danni rispetto al beneficio dell'apporto proteico.

rità e ciascuno ha le sue ragioni: esistono senz'altro molte varianti efficaci, questo perché i climi, gli alloggi e i luoghi dove si alleva sono spesso molto diversi tra loro.

Ci sono però alcuni punti di convergenza: l'importanza della scagliola nel misto di semi che deve rappresentare una parte consistente della miscela base. A chi obietta che in natura i cardellini si nutrono prevalentemente di "composite", famiglia di piante cui appartengono anche girasoli, cardi, lattuga, cicoria, e tante erbe prative, bisogna far notare che la vita in natura e quella in ambiente controllato sono profondamente diverse. Per questo anche l'alimentazione deve essere diversa: certamente più varia possibile, ma valutata in base alle necessità degli animali in una data situazione.

La scagliola (Phalaris canariensis) ha un ottimo apporto di carboidrati e risulta molto gradita in generale a tutti i Fringillidi, cardellini inclusi, per cui una mi-

scela di semi che ne contenga una quantità pari al circa il 50% della razione non deve scandalizzare. I semi sono composti dal 61% di amido, 18,7% di proteine di cui prolamina e glutelina, ricchi di grassi grezzi per un 8,7% e di grassi raffinati per un 11% tra cui linoleico 55%, acido oleico 29%, palmitico 11% e acido linoleico 2,5%. Le sementi sono povere di amminoacidi quali lisina e treonina ma sono ricche di cistina, triptofano, e fenilalanina. Molto importante è la qualità e lo stato di conser-

vazione dei semi che devono essere non polverosi, "grassocci" e ben asciutti.

Esistono in commercio diverse miscele di semi specifici per i cardellini, ma molti allevatori se li compongono da sé acquistando quelli più facilmente reperibili in commercio come lattuga (Lactuca sativa), cardo (Carduus spp), niger (Hyoscya-

mus niger), cicoria (Cichorium spp), lino (Linum usitatissimum), erba mazzolina (Dactylis glomerata), papavero (Papaver spp), girasole (Helianthus annuus), canapuccia (Cannabis sativa), perilla (Perilla frutescens) e mescolandoli in percentuali diverse a seconda delle situazioni.

A integrare la dieta di sementi secche vi sono gli alimenti freschi. Tra questi sicuramente sono ottime alcune erbe spontanee come il tarassaco (taraxacum officinalis o officinale), di cui i nostri pennuti divorano le tenere foglie; la piantaggine (Plantago lanceolata), la cui spiga con i semetti non ancora completamente maturi ma già ben "cicciotti" è una golosità per tutti i fringillidi; il centocchio bianco (Stellaria media) di cui i cardellini divorano voracemente il fiorellino, il piccolo seme color arancio e le foglioline più tenere, utilizzando gli steli morbidi, che seccano senza fare muffe, per tappezzare il nido.



Nelle stagioni in cui non si trovano queste prelibatezze o per chi non potesse andare in campagna a raccoglierle, è sempre possibile adoperare con ottimo successo insalate come cicoria, spadona da taglio e catalogna, costantemente reperibili in negozi e supermercati.

Da alcuni anni sono anche disponibi-

li estrusi specifici di buona qualità, che possono integrare al meglio una dita fatta di semi secchi e alimenti freschi.

L'estruso ha il pregio di essere un alimento equilibrato e ben bilanciato con apporti nutrizionali corretti.

Tuttavia a tutt'oggi resta preferibile una dieta che comprenda sia estrusi che semi a una che escluda gli uni o gli altri. Fornire entrambi permette di avere una dieta variata che, completata dalle verdure fresche fornisce ai nostri uccelletti tutto ciò che gli serve.

Discorso analogo agli estrusi vale per i pellettati che possono essere usati in alternativa agli estrusi insieme ai semi. L'utilizzo di pastoni all'uovo durante la stagione riproduttiva, o di pastoni secchi durante tutto l'anno è considerabile una buona integrazione, ma non indispensabile se si utilizzano estrusi o pellettati e soprattutto se si ha cura di usare stagionalmente integratori adatti al periodo: stimolatori della riproduzione, integratori proteici per periodo di allevamento dei piccoli, integratori per lo svezzamento dei novelli, integratori per aiutare durante la muta...

Oltre alla dieta base e agli integratori per i diversi momenti della stagione, è buona norma lasciare sempre a disposizione dei cardellini osso di seppia e calcio in polvere; alcuni allevatori mescolano un po' di grit al calcio in polvere per dare un qualcosa in più...

Vitamine e fermenti lattici idrosolubili sono un buon complemento e insegna-

#### IL COMMERCIO DEI CARDELLINI

Come tutti gli uccelli indigeni, la cui cattura è vietata, i cardellini possono essere detenuti e commerciati solo se sottoposti ad apposito marcaggio, anellino inamovibile con sigla dell'allevatore, che dimostri la nascita in ambiente controllato e che permetta di risalire alla fonte in caso di controllo e verificare l'effettiva denuncia di nascita del soggetto.

no ai nostri uccelli a bere anche l'acqua che ha gusti diversi dal solito, in modo che quando si debbano aggiungere integratori o (in caso di necessità) medicinali, non ci sia un minor consumo d'acqua rispetto al dovuto.

> Per la riproduzione in gabbia occorre grande tranquillità e molto spazio

L'acqua, soprattutto se addizionata, va sostituita quotidianamente. In caso si debba lasciare l'acqua per più di un giorno sarebbe buona norma acidificarla leggermente con aceto di mele, nella percentuale di 1/2 ml x litro; questo permette di rallentare la fermentazione che si mette in moto solo dopo 48/72 ore, a seconda della temperatura esterna.

#### L'UOVO SODO PER LO SVEZZAMENTO

L'uovo sodo è il miglior modo ancor oggi disponibile per aumentare l'apporto proteico durante lo svezzamento dei piccoli: costa poco, lessarlo fino a renderlo sodo è semplice, lo si può fornire tagliato in metà (per una coppia che sta svezzando i piccoli una metà a giorni alterni è sufficiente), somministrato al mattino con eliminazione serale di tutta la parte eventualmente avanzata entro la sera.

## BACHECA

**CLASSIFIED ADS** 

### LAVORO/OFFERTA

#### Galanti Pet / agenti plurimandatari



Società con distribuzione esclusiva di alimenti, accessori e snack riquardanti cani, gatti, pesci, roditori e ornitologia in generale, ricerca agenti plurimandatari o monomandatari per espandere la propria rete commerciale su territorio nazionale (esclusa zona Lazio). Si richiede professionalità ed esperienza già maturata nel settore.

#### Info

tel. 0773663916 / inviare CV a christian@imogalanti.it

#### Monge / agente di commercio



Azienda leader nel mercato pet food in Italia e nel mondo, proprietaria dei marchi Monge Natural Superpremium, BWild, Vet Solution, Gemon, Lechat e Special Dog Excellence in forte crescita di fatturato dal 2000 ad oggi e con ambiziosi obiettivi per il triennio 2020/2022, ricerca agenti nel canale specializzato per potenziare ulteriormente la propria organizzazione di vendite nella regione Toscana

È previsto un interessante trattamento provvigionale e incentivi legati a obiettivi di vendita in grado di soddisfare le candidature più autorevoli, anche come monomandatari; oltre a un adequato periodo di formazione nel "Campus Monge".

#### Info

tel. 0172747111 inviare CV a info@monge.it

#### Azienda anonima / agenti

Prestigiosa azienda settore pet cerca agenti per le seguenti regioni: Liguria, Emilia-Romagna, Umbria, Marche, Abruzzo, Molise, Basilicata, Puglia, Sicilia e Sardegna.

Info: inviare richieste alla redazione info@zampotta.it - RIF. 2/A

#### Monge / capo area specialist

Leader nel mercato pet food in Italia e 23° azienda nel mondo, proprietaria dei brand Monge Superpremium, Gemon, Excellence, Lechat, Special Dog, Lechat Natural, Gran Bontà, Simba, in forte crescita di fatturato dal 2000 a oggi e con ambiziosi obiettivi per il 2020/2022, ricerca, per il potenziamento della propria rete commerciale, un dinamico: Capo Area Specialist per le regioni Lazio, Abruzzo e Molise. La risorsa, a diretto riporto della Direzione Vendite Specialist, avrà la piena responsabilità nel raggiungimento dell'obiettivo di fatturato sviluppato nell'area di competenza attraverso la gestione diretta di agenti mono/plurimandatari operanti sul territorio nel canale specializzato. Si occuperà di affiancare, motivare e coordinare il team dei venditori, nonché di promuovere direttamente i prodotti presso i clienti. Requisiti:

- laurea o diploma;
- eventuale esperienza nella gestione di risorse umane;
- ottime doti motivazionali ed organizzative e di leadership;
- spiccata attitudine alla vendita e alla trattativa;
- forte orientamento al raggiungimento degli obiettivi;
- buona conoscenza dei principali tools informatici di Office, in particolare di Excel. Completano il profilo professionalità acquisita sul campo, conoscenza del settore, capacità di pianificazione e organizzazione, ottime doti comunicative, dinamismo e forte motivazione, orientamento ai risultati con capacità di negoziazione.

Sarà previsto un adequato periodo di formazione nel "Campus Monge" prima dell'inserimento sul territorio.

L'inquadramento prevederà un contratto a tempo indeterminato e sarà commisurato al profilo e all'esperienza del candidato. È prevista la dotazione di auto aziendale e tutti gli strumenti necessari allo svolgimento del lavoro (tablet e cellulare) nonché la partecipazione ad un significativo sistema di incentivazione.

Il presente annuncio si rivolge a candidati di ambo i sessi (L. 903/77). I dati saranno trattati ai sensi dell'art.

Info: tel. 0172747111 / inviare CV a info@monge.it

#### SA.RE / agenti

La ditta SA.RE srl di Monselice (PD), azienda produttrice di cucce e cuscini per animali, cerca agenti per la zona Centro - Nord Italia per potenziare la propria rete vendita.

Info: tel. 0429781956/ inviare CV a m.salnitri@saresrl.it

#### Athison / agenti di commercio

È un brand 100% made in Italy del gruppo Manifattura di Domodossola Spa, azienda fondata nel 1913 e leader mondiale nella produzione di materiali intrecciati destinati al settore della moda e dell'arredamento. Nel 2013 il gruppo ha festeggiato i suoi primi 100 anni di vita lanciando una linea di pelletteria di alta gamma interamente ideata e fabbricata all'interno del quartier generale di Villadossola. La collezione offre una linea di borse, bracciali e cinture intrecciate e di recente è stata ampliata con una ampia linea di guinzagli e collari per cani. Per il potenziamento della nostra rete vendita nel settore pet, siamo alla ricerca di agenti plurimandatari.

Info: inviare CV a athison@manifatturadomodossola.it / tel. 0324225080



#### Pineta Zootecnici / agenti plurimandatari

Azienda leader nel pet food, da anni presente sul mercato, ricerca agenti plurimandatari per potenziamento della propria rete commerciale. Si richiede massima serietà, esperienza nel settore pet food, forte motivazione al raggiungimento degli obiettivi.

Si offre ottimo pacchetto di prodotti dall'alto profilo commerciale e interessante trattamento provvigionale.

**Info:** inviare CV a cv@pinetazootecnici.com

#### **Darwinpet Srls / distributori**

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 prendete contatto.

Info: info@barnies.it / cell. 3384202184

#### Prolife / ricerca posizione

Per potenziamento della rete commerciale, canale allevatori, ricerca per le zone Toscana-Umbria e Marche-Abruzzo due figure commerciali dotate di attitudine alla vendita e alle relazioni interpersonali. Completano il profilo conoscenza del settore e del territorio, capacità di lavorare per il perseguimento degli obiettivi concordati. Offresi assunzione dopo periodo di prova, se superato con profitto, retribuzione fissa e auto aziendale.

**Info:**: inviare CV a zoodiaco@zoodiaco.com

#### ATTIVITÀ E ATTREZZATURE / OFFERTA

#### Vendesi / attività

Vendesi decennale negozio per animali con toelettatura in Bergamo. Si vendono attrezzature, accessori per animali (giochi, vestiario, guinzagli etc.) e pacchetto clienti. Disponibilità di affiancare chi subentra per poter far conoscere i nostri clienti.

#### Info

tel. 035577662

#### Vendesi / attività

Vendesi attività quarantennale posta a Modena Est di 200 mq, specializzata nella vendita di acquari, alimenti e accessori per piccoli animali. Ampio reparto dedicato alla vendita di pesci e altri piccoli animali.

#### Info

cell. 3492640558

#### Cedesi / negozio

Cedesi negozio di toelettatura con vendita accessori per animali. Negozio situato adiacente al centro di Modena, composto da una sala di toelettatura e due sale per la vendita di accessori.

Buon reddito per due persone. Astenersi curiosi e perditempo.

**Info:** tel. 059222076

#### Cedesi / negozio

Vendesi, per cessata attività:

- scaffalatura completa (60 m lineari circa, comprese gondole, staffe, piantane, mensole ecc.) a euro 5.000;
- bancone legno 5,40 m complessivi, composto da 3 moduli rettangolari
  - + 2 moduli angolari, con vani e cassetti: euro 2.000;
- aerea self service composta da vasca in polipropilene, pedana, soffiatore, quadro elettrico, boiler, miscelatore termostatico ecc: euro 1.000;
- merce a stock: collari, guinzagli, ciotole, cappottini, giochi ecc, (valore acquisto euro 8.000) si valutano proposte;
- macchina incisione medagliette + 100 medagliette omaggio: euro 2.000.

Info: negoziodeglianimali@libero.it / cell.3386268747

#### Cedesi / attività

A Milano zona San Siro, cedesi attività di pet shop con annessa toelettatura. Prezzo euro 40.000

**Info:** Gerry cell. 3331303748

#### COME PUBBLICARE UN ANNUNCIO

LA BACHECA è una rubrica di annunci gratuiti a disposizione di tutti gli operatori. Il testo va inviato via e-mail (info@zampotta.it) precisando se nell'annuncio devono comparire i vostri dati oppure se desiderate restare anonimi. Tutti gli annunci, anche quelli anonimi, devono essere completi di nome, cognome, indirizzo, telefono ed eventualmente fax ed e-mail. La redazione si riserva il diritto di accettare la pubblicazione degli annunci. Zampotta Pet Business offre esclusivamente un servizio, non riceve provvigioni sulle contrattazioni, non effettua commerci, non è responsabile per la qualità, la provenienza e la veridicità delle inserzioni.

# CONTATTI

### Legenda



<b>Acquariolandia Italia</b> Via F. Rismondo, 119 - 20153 Milano acquariola@tiscali.it	tel. e fax 024598320	
All Pet S.r.I. Via Trieste, 603 - 21042 Caronno Pertusella (VA) www.allpetit - info@allpetit	0296450470 fax 0296450464	
Also S.r.I. SS 114 km - 4,260 Contesse - 98125 Messina www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it	090632636 fax 0906258082	
Aquaria Tech Via 6. Tauro, 3/E - 70124 Bari www.aquariatech.com - office@aquariatech.com	0803540025 fax 0803522501	
Aquaristica S.r.l. Via A. Labriola, 10/12 - 40010 Sala Bolognese (B0) www.aquaristica.it - aquaristica.@aquaristica.it	0516814188 fax 0516814294	
Aquatronica Via Garonna, 2/B - 42124 Reggio www.aquatronica.com - info@aquatronica.com	05221472375	
Aquili Andrea Via Abruzzi, 10 - 60030 Monsano (AN) www.aquili.it - info@aquili.it	tel. e fax 0731288091	
Askoll Uno S.r.I. Via Industria, 30 - 36031 Povolaro di Dueville (VI) www.askoll.com - askoll@askoll.com	0444930260 fax 0444930380	
<b>Bionatura Impianti S.r.I.</b> Via Alpi, 5 - 23873 Missaglia (LC) www.bionaturaimpianti.it - info@bionaturaimpianti.it	0399241247 fax 0399201971	
CE.A.B. di Ferrari Pierluigi Via Pietro Rescatti, 20 - 25124 Folzano (BS) www.ceabacquari.it - info@ceabacquari.it	0302667121 fax 0302168469	
Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - info@croci.net	0332870860 fax 0332462439	
Elos S.r.l. Via Torricelli, 32 - 37067 Valeggio sul Mincio (VR) www.eloseurope.com - info@eloseurope.com	0457952142 fax 0456371815	
Ferplast S.p.a. Via I Maggio, 5 - Z.I 36070 Castelgomberto (VI) www.ferplast.com - info@ferplast.com	0445429111 fax 0445429115	
<b>Hydor S.r.I.</b> Via Voiron, 27 - 36061 Bassano del Grappa (VI) www.hydor.com - info@hydor.com	04248877 fax 0424887887	
lemmi Ermanno Via Viazza, 120 - 41010 Ganaceto (MO) www.iemmiermannoacquari.com - iemmi.ermanno@tiscalinet.it	tel. e fax 059386076	
Kuda Tropical Fish S.r.l. Via delle Industrie, 34 - 26010 Bagnolo Cremasco (CR) www.kudafish.it - info@kudafish.it	0373234461 fax 0373236714	
Oase Italia S.r.I. Via delle Industrie, 16 - 36050 Cartigliano (VI) oase-livingwater.com - info.it@oase-livingwater.com	0424590866 fax 0424827342	
Pineta Zootecnici Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia	tel. e fax 0522553616	

Pro.D.Ac. International S.r.I. Via Padre Nicolini, 22 - 35013 Cittadella (PD) www.prodacinternational.it - info@prodac.it	0495971677 fax 0495971113
Reef International S.a.s. Via Arconti, 11 - 21013 Gallarate (VA) www.reef-international.com - reefint@tin.it	0331792443 fax 0331772839
Rinaldo Franco S.p.a. Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com	0248376157 fax 0241291840
Spectrum Brands Italia Via Ludovico il Moro, 6 - 20060 Basiglio (MI) www.spectrumbrands.com - info@spectrumbrands.com	0290448310 fax 0290756096
TAF Trans Aquarium Fish Via Casale, 27 - 10060 Scalenghe (TO) www.tafsrt.to - info@tafsrt.to	0119866465 fax 0119866143
Teco S.r.I. Via A. Sansovino, 35 - 48124 Ravenna www.tecoonline.com - teco@tecoonline.com	0544408333 fax 0544280084
Trixie Italia S.p.a. Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it	0444835329 fax 0444833352
Velma Group S.r.l. Via Munaron, 26/A- 31050 Vedelago (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

#### CANI & GATTI / DOGS & CATS

Adragna Alimenti Zootecnici S.r.I Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP) www.adragna.net - info@adragna.it  Affinity Petcare Italia S.r.I. Via F. Turati, 40 - 20121 Milano www.affinity-petcare.com  Agras Delic S.p.a. Via Martin Piaggio, 13/A - 16122 Genova www.schesir.it - contact@agras-delic.com  Aldog Via Giacomo Gregis, 111 - 24050 Covo (BG) www.al-dog.it - webmarketing@al-dog.it  Almo Nature S.p.a. P.za dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova www.almonature.eu - info@almo.it  Alpi Service S.n.c. Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN) www.alpiservice.com - info@alpiservice.com  Animali.It Via Adige, 26 - 20010 Pregnana Milanese (MI) www.animali.it - info@animali.it  Avitabile Napoleone S.r.I. Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA) avitabilenapoleone@interfree.it - contatto@tewua.it www.tewua.it Baldecchi S.n.c. Zona PIP Frazione Penna - 52028 Terranuova Bracciolini (AR) www.baldecchi.it - baldecchisnc@baldecchi.it  Fax 0559705352	CANI & GATTI / DOGS &	CATS
Via F. Turati, 40 - 20121 Milano www.affinity-petcare.com         fax 0266719002           Agras Delic S.p.a.         010588586 fax 010588914           Via Martin Piaggio, 13/A - 16122 Genova www.schesirit - contact@agras-delic.com         0363938698           Aldog         0363938698           Via Giacomo Gregis, 111 - 24050 Covo (BG) www.al-dog.it - webmarketing@al-dog.it         010253541 fax 010253549           Almo Nature S.p.a.         7.2 a dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova www.almonature.eu - info@almo.it         60102535498           Alpi Service S.n.c.         Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN) www.alpiservice.com - info@alpiservice.com         6011975941 fax 011975941 fax 0119774453           Animali.lt         Via Adige, 26 - 20010 Pregnana Milanese (MI) www.animali.it - info@animali.it         60293591343 fax 0293591343 fax 0293591343           Avitabile Napoleone S.r.l.         Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA) avitabilenapoleone@interfrea.it - contatto@tewua.it www.tewua.it www.tewua.it www.tewua.it www.tewua.it surface.com         60559705281 fax 0559705352	Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP)	
Via Martin Piaggio, 13/A - 16122 Genova www.schesizit - contact@agras-delic.com  Aldog Via Giacomo Gregis, 111 - 24050 Covo (BG) www.al-dog.it - webmarketing@al-dog.it  Almo Nature S.p.a. P.za dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova www.almonature.eu - info@almo.it  Alpi Service S.n.c. Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN) www.alpiservice.com - info@alpiservice.com  Animali.it Via Adige, 26 - 20010 Pregnana Milanese (MI) www.animali.it - info@animali.it  Avitabile Napoleone S.r.l. Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA) avitabilenapoleone@interfrea.it - contatto@tewua.it www.tewua.it Www.tewua.it Baldecchi S.n.c. Zona PIP Frazione Penna - 52028 Terranuova Bracciolini (AR)	Via F. Turati, 40 - 20121 Milano	
Via Giacomo Gregis, III - 24050 Covo (BG) www.al-dog.it - webmarketing@al-dog.it  Almo Nature S.p.a. P.za dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova www.almonature.eu - info@almo.it  Alpi Service S.n.c. Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN) www.alpiservice.com - info@alpiservice.com  Animali.It Via Adige, 26 - 20010 Pregnana Milanese (MI) www.animali.it - info@animali.it  Avitabile Napoleone S.r.l. Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA) avitabilenapoleone@interfrea.it - contatto@tewua.it www.tewua.it Baldecchi S.n.c. Zona PIP Frazione Penna - 52028 Terranuova Bracciolini (AR)	Via Martin Piaggio, 13/A - 16122 Genova	
P.za dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova www.almonature.eu - info@almo.it  Alpi Service S.n.c. Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN) www.alpiservice.com - info@alpiservice.com  Animali.It Via Adige, 26 - 20010 Pregnana Milanese (MI) www.animali.it - info@animali.it  Avitabile Napoleone S.r.l. Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA) avitabilenapoleone@interfree.it - contatto@tewua.it www.tewuait  Baldecchi S.n.c. Zona PIP Frazione Penna - 52028 Terranuova Bracciolini (AR)  fax 0102535498  011975941 fax 011975941 fax 011975453  0293591343  0293591343 fax 0293591343  03815737519 fax 0815737519 fax 0815737522  3559705281 fax 0559705352	Via Giacomo Gregis, 111 - 24050 Covo (BG)	0363938698
Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN) www.alpiservice.com - info@alpiservice.com  Animali.lt Via Adige, 26 - 20010 Pregnana Milanese (MI) www.animali.it - info@animali.it  Avitabile Napoleone S.r.l. Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA) avitabilenapoleone@interfree.it - contatto@tewua.it www.tewua.it  Baldecchi S.n.c. Zona PIP Frazione Penna - 52028 Terranuova Bracciolini (AR)  fax 011974453  0293591343 fax 0293591343  0815737519 fax 0815737519 fax 0815737522  0559705281 fax 0559705352	P.za dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova	010253541 fax 0102535498
Via Adige, 26 - 20010 Pregnana Milanese (MI) www.animali.it - info@animali.it  Avitabile Napoleone S.r.l. Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA) avitabilenapoleone@interfree.it - contatto@tewua.it www.tewua.it Baldecchi S.n.c. Zona PIP Frazione Penna - 52028 Terranuova Bracciolini (AR)  fax 02933591343  0815737519 fax 0815737522  0559705281 fax 0559705352	Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN)	011975941 fax 011974453
Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA) avitabilenapoleone@interfree.it - contatto@tewua.it www.tewua.it  Baldecchi S.n.c. Zona PIP Frazione Penna - 52028 Terranuova Bracciolini (AR)  fax 0815737522  0559705281 fax 0559705352	Via Adige, 26 - 20010 Pregnana Milanese (MI)	0293591343 fax 0293591343
Baldecchi S.n.c. 0559705281 fax 0559705352	Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA) avitabilenapoleone@interfree.it - contatto@tewua.it	0815737519 fax 0815737522
	Baldecchi S.n.c.  Zona PIP Frazione Penna - 52028 Terranuova Bracciolini (AR)	0559705281 fax 0559705352



Via Romolo Gessi, 210 - 25135 Sant'Eufemia (BS) www.porsaitaly.com - info@porsaitaly.com

Ballatore Pietro Via Gasperina, 96 - 00118 Roma www.ballatoreroma.com - info@ballatoreroma.com	tel. e fax067236701	Farm Company S.r.I. Via Amendola, 532 - Regione Spolina - 13876 Cossato (BI) www.farmcompany.it - info@farmcompany.it	015511310 fax 0158129259
Bama S.p.a. Via Pertini, 2 - 55011 Altopascio (LU) www.bamagroup.com - info@bamagroup.com	0583286353 fax 0583287754	Farmina Pet Foods Italia Via Nazionale delle Puglie - 80035 Nola (NA) www.farmina.com - info@farmina.it	0818236000 fax 0815122135
Bayer S.p.a. Vle Certosa, 130 - 20156 Milano www.vetclub.it - www.petclub.it	0239781 fax 0239784660	Fashion Dog S.r.I. Via Lago di Carezza, 11 - 41012 Carpi (MO) www.fashiondog.it - www.curapets.it - info@fashiondog.it	0596232450 fax 059687984
B.Braun Milano S.p.a. Via V. da Seregno, 14 - 20161 Milano www.bbraun.com - servizio.clienti@bbraun.com	02662181 fax 0266218290	Faza S.r.I. Via Casilina Km 22,600 - 00040 Laghetto Di Montecompatri (RM) www.areapet.it - info@areapet.it	069476129 fax 069476033
Boehringer Ingelheim Animal Health Italia S.p.: Via Giovanni Lorenzini, 8 - 20139 Milano www.merial.com - merial.italia@merial.com	a. 02535581 fax 025355822	Ferplast S.p.a. Via 1. Maggio, 5 - Z.L 36070 Castelgomberto (VI) www.ferplast.com - info@ferplast.com	0445429111 fax 0445429115
Camon S.p.a. Via Lucio Cosentino, 1 - 37041 Albaredo d'Adige (VR) www.camon.it - camon@camon.it	0456608511 fax 0456608512	Ferribiella S.p.a. Strada Trossi, 33 - 13871 Verrone (BI) www.ferribiella.it - info@ferribiella.it	0152558103 fax 0152558083
Candioli S.p.a. Via Manzoni, 2 - 10092 Beinasco (TO) www.candioli.it - info@candioli.it	0113490232 fax 0113490526	Formevet S.r.I. Via Savona, 97 - 20144 Milano www.formevet.com - vetline@formevet.it	024345891 fax 0243458922
Carbone Pet Products S.r.I. Via Antonio Gramschi, 1537 - 51036 Larciano (PT) www.petproductscarbone.it - info.petproductscarbone.it	0573837868 fax 0573859163	Forza10/SANYpet S.p.a. Via Austria, 3 - 35023 Bagnoli di Sopra (PD) www.forza10.com - forza10@forza10.com	0429785401 fax 0429767006
Cerberus S.r.I. a s.u. Via Sant'Alessandro, 8- 21040 Castronno (VA) www.cerberus-pet.com - info@cerberus-pet.com		<b>Gheda Mangimi S.r.l.</b> Via Comuna Santuario, 1 - 46035 Ostiglia (MN) www.gheda.it - gheda@gheda.it	038632677 fax 038632664
Cesarano S.a.s. Via Nolana - 80045 Pompei (NA) www.cesarano.it - loredana@cesarano.it	0818507330 fax 0818507467	<b>Gimborn Italia S.r.l.</b> 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.I. 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.I. 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.I. Via Ghisa, 24 - 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 - 47924 Rimini www.lallsystems.com - info@1allsystems.com	0541731428 fax 0541731328
Disegna Group Via Marsan, 28/30 - 36063 Marostica (VI) www.disegnagroup.it - info@disegnagroup.it	0424471424 fax 0424476392	Iv San Bernard S.r.I. Via Castelli, 7 - 50056 Montelupo F.no (FI) www.ivsanbernard.it - info@ivsanbernard.it	0571509106 fax 0571 1656081
Diusa Pet S.r.I. S.P. per Lardirago, 8 - 27010 Marzano (PV) www.diusapet.it - info@diusapet.it	0382947500 fax 0382947488	Landini Giuntini S.p.a. Via Rosa Luxemburg, 30 - 06012 Citt. di Castello (PG) www.giuntinipet.it - info@giuntinipet.it	075851781 fax 0758517804
Dog Line S.n.c. Via Della Tecnica, 28 - 36043 Camisano Vicentino (VI) www.dogline.it - dogline@dogline.it	0444240653 fax 0444532511	Laviosa Chimica Mineraria S.p.a. Via L. Da Vinci, 21 - 57123 Livorno www.laviosa.it - lcm@laviosa.it	0586434000 fax 0586434210
<b>Dorado S.r.I.</b> Via Romea, 10 - 30010 Monsole di Cona (VE) www.baubon.it - infoservice@baubon.it	042659140 fax 0426308158	<b>Lazzari Luigi S.r.I.</b> Via Borgo Antico, 9 - 24031 Almenno San Salvatore (BG) www.lazzarigabbie.it - info@lazzarigabbie.it	035640118 fax 035644927
<b>Due Erre &amp; C. S.n.c.</b> Via Pradazzo, 1/D - 40012 Calderara di Reno (BO) www.snackforpet.it - info@snackforpet.it	0516466149 fax 0516467654	Life Petcare S.r.l. Via di Basserone, 57 - 52041 Badia al Pino (AR) www.lifepetcare.it - info@lifepetcare.it	tel. e fax 0575411013
Eagle S.r.I. Via Pavoncella, 8-56010 Migliarino Pisano (PI) www.eagleitalia.it - eagleitalia@tin.it	tel. e fax 050803275	Lory Progetti Veterinari S.r.l. Via Buozzi, 3/A- 42025 Cavriago (RE) www.loryprogettiveterinari.it	3929091598

Mantovani Pet Diffusion S.r.I. Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO) www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com	051969413 fax 051969348	Petness S.a.s. di Circuri G. & C. Via Tullio Ascarelli, 181-00166 Roma italia@smartbones.com - info@petness.it	0666182041
Marpet S.r.I. Via Don Sasselli d'Era, 13 - 37041 Albaredo d'Adige (PD) www.marpet.it - info@marpet.it	0456600134 fax 0457000124	Pets Fitness Via Soderini, 8 - 60027 Osimo (AN) www.petsfitness.com - info@petsfitness.com	tel. e fax 0712868013
Mars Italia S.p.a. Vle MilanoFiori Str. 2 Pal C3 - 20090 Assago (MI) www.pedigree.it	025776111 fax 0257510890	Pet Village S.r.I. Via Stradello, 35 - 48124 Madonna dell'Albero (RA) www.petvillagesrl.it - info@petvillage.it	054464418 0544471768 fax 0544479252
Mennuti Group S.r.I. Via Ponte Cerretano, 10/14 - 50050 Carreto Guidi (FI) www.mennutigroup.it - info@mennutigroup.it	0571581661 fax 0571580016	Pineta Zootecnici Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com	tel. e fax 0522553616
Merini Maurizio te Via Baveno, 7/A - 00166 Roma www.merinioverline.it - maurizio.merini@libero.it	el. e fax 0661560728	Porrini Pet S.r.I. Via Einaudi, 1 - 25086 Rezzato (BS) www.porrinipet.it - info@porrinipet.it	0302791814 fax 0302793319
Mister Pet S.p.a. Via Pedemontana, 35 - 43029 Mamiano di Traversetolo (PR) www.misterpetsrl.com - info@misterpetsrl.com	0521340323 fax 0521340319	Rebo S.r.I. Via Mestre, 31 - 21050 Cairate (VA) www.happydog.it - www.happycat.it - info@happydog.it	0331502700 fax 0331502703
Monge & C. S.p.a. Via Savigliano, 31 - 12030 Monasterolo di Savigliano (CN) www.monge.it - info@monge.it	0172747111 fax 0172747198	Rinaldo Franco S.p.a. Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com	0248376157 fax 0241291840
Morando S.p.a. Via Chieri, 61 - 10020 Andezeno (TO) www.morando.it - morando@morando.it	0119433311 fax 0119434289	Royal Canin Italia S.r.l. Via Anton Checov, 50/2 - 20151 Milano www.royalcanin.it - info@royal-canin.it	023347611 fax 0233490091
Mp Bergamo S.r.I. Via Passerera, 2/C - 24060 Chiuduno (B6) www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com	0358361301 fax 0354496738	Sepiol S.a. Via General Govone, 56 - 20155 Milano www.sepiolsa.com - info.sepiolsa.com	0233610725 fax 023319855
MPS 2 S.r.I. Via Zambon, 17 - 36051 Creazzo (VI) www.mpsitalia.it - info@mpsitalia.it	0444572190 fax 0444370902	Slow Global Cascina Malcotta - 13010 Stroppiana (VC) www.slowglobal.com - slowglobal@gmail.com	0161219438 fax 0161220542
MSD Animal Health Italia Via Fratelli Cervi, snc - Centro direzionale MilanoDue Palazzo Borromini - 20090 Segrate (MI) www.exspot.it - www.scaliborit	02516861 fax 0251686685	Stefanplast S.p.a. Via Piazza, 47 - 36020 Castegnero (VI) www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it comm.estero@stefanplast.it	0444639011 fax 0444638315
MSM Pet Food S.r.I. Via dell'Agricoltura, 5 - 25028 Verolanuova (BS) www.msmpetfood.com - amministrazione@msmpetfood.com	0309361245 fax 0309921858	Ticinese Petfood S.r.I. Via Vigentina, 102 - 27100 Pavia www.laticinese.it - info@laticinese.it	0382573789 fax 0382575576
My Factory S.r.l. Via Olivetti, 7/9 - 10020 Riva Presso Chieri (TO) www.my-factory.it - info@my-factory.it	0119401249	Trixie Italia S.p.a. Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it	0444835329 fax 0444833352
My Family S.r.I. Strada Solero, 1/A - 15048 Valenza (AL) www.myfamily.it - info@myfamily.it	0131950063 fax 0131952944	<b>Velma Group S.r.I.</b> Via Munaron, 26/A - 31050 Vedelago (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com	0423715319
Naturina S.a.s. Via Bobbio, 1/3 rosso - 16137 Genova www.naturina.it - info@naturina.it	0109415459 fax 0108392921	Vema Petfood&Care S.r.I. Via Lazzaretto snc - 21042 Caronno Pertusella (VA) www.vemapetfood.it, info@vemapetfood.it	0249474139
Nestlé Purina Petcare S.p.a. Via del Mulino, 6 - 20090 Assago (MI) www.purina.it	0281811 800-525505 fax 0281817133	<b>Visan Italia</b> Via Sistina, 149 - 00187 Roma www.visanpet.it - info@visanpet.it	0694800700
N.P. Industries S.r.I. Via Valcellina, 37 - 33097 Spilimbergo (PN) www.professionalpets.it - info@professionalpets.it	0432699322 fax 0427488000	<b>Vitakraft Italia S.p.a.</b> Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG) www.vitakraft.it - info@vitakraft.it	075965601 fax 0759656020
Nuova Cuoio Via Lufrano, 69 - 80040 Volla (NA) www.eurocuoio.it - info@eurocuoio.it	0817744833 fax 0817735989	Wahl Italia S.r.I. Via Piero Gobetti, 52 - 40129 Bologna www.wahl-animal.com - info@wahlitalia.com	051374253
On Site S.r.l.u. Via Nazionale, 5 - 23012 Castione Andevenno (SO) www.onsite.pet - info@onsite.pet	0342200070 fax 0342211815	WINNER Pet Food Solution S.r.I. Via Italia, 4 - 00060 Capena (RM) www.winnerplus.eu - info.winnerplus.eu	0690375587
Original Legno Italia S.a.s. di Maltese & C. Zl C.da Fegotto - 91013 Calatafimi Segesta (TP) www.original-legno.it - info@original-legno.it	0924514511 fax 0924515292	Wonderfood S.p.a. Strada dei Censiti, 2 - 47891 Repubblica di San Marino www.wonderfood.com - info@wonderfood.com	0549943311 fax 0549943312
Petitamis è un marchio di Eagles Engineering S.r. Via San Maurizio 184/15 - 10073 Ciriè (TO) www.petitamis.it - info@petitamis.it	l. 3334168155 0119222641 fax 0119224084	<b>Zolux Italia</b> Via Caduti di Amola, 17 - 40132 Bologna www.zolux.com - info@zolux.it	051754816 051759896



Zoo Planet S.r.l.

Via Malcanton, 7 - 35017 Piombino Dese (PD) www.zooplanet.it - info.zooplanet.it

0233610725 fax 023319855

#### **UCCELLI / BIRDS**

All Pet S.r.l. 0296450470 fax 0296450464 Via Trieste, 603 - 21042 Caronno Pertusella (VA) www.allpet.it - info@allpet.it 031650344 fax 031651419 Borgovit S.r.l. Via Roma, 48 - 22046 Merone (CO) www.borgovit.it - info.borgovit.it Chemi-Vit S.r.L. 0522887959 fax 0522888200 Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE) www.chemivit.com - info@chemivit.com 0332870860 fax 0332462439 Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - info@croci.net Fioretta Rag. Gianni S.n.c. 0341530138 fax 0341530392 Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC) www.fiory.com - info@fiory.com Formevet S.r.L. 024345891 fax 0243458922 Via Savona, 97 - 20144 Milano www.formevet.com - info@formevet.it 0444482301 fax 0444482500 Imac S.r.l. Via Ghisa, 24 - 37071 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it Manitoba S.r.l. tel. e fax 0375310418 Via Delmoncello, 9-26037 San Giovanni in Croce (CR) www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com Mantovani Pet Diffusion S.r.l. 051969413 fax 051969348 Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO) www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com Max Ornitology S.r.l. tel. e fax 0423485691 Via Monte Santo, 1 - 31037 Loria (TV) www.pappagalli.com - info@pappagalli.com 0358361301 fax 0354496738 Mp Bergamo S.r.l. Via Passerera, 2/C - 24060 Chiuduno (BG) www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com 0281811 800 525505 fax 0281817133 Nestlé Purina Petcare S.n.a. Via del Mulino, 6 - 20090 Assago (MI) www.purina.it Pineta Zootecnici tel. e fax 0522553616 Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com 0248376157 fax 0241291840 Rinaldo Franco S.p.a. Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com 0444835329 fax 0444833352 Trixie Italia S.r.l. Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it 0444975663 Valman S.r.l. Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI) www.padovanpetfood.com - info@valman.it Velma Group S.r.l. 0423715319 Via Munaron, 26/A - 31050 Vedelago (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com Vergerio Mangimi S.r.l. 049700622 fax 049703440 Via Roma, 56 - 35010 Cadoneghe (PD)

www.canary.it - info@canary.it Vitakraft Italia S.p.a.

www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)

Viten S.r.l. 

Via Faedis, 21 - 33040 Povoletto (UD)

www.viten.it - info@viten.it

Zoo Planet S.r.l. 

Via Malcanton, 6 - 35017 Piombino Dese (PD) www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

0432664401 fax 0432679043

0499350400 fax 0499350388

#### **PICCOLI MAMMIFERI / SMALL MAMMALS**

0332870860 fax 0332462439 Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - info@croci.net

Fioretta Rag. Gianni S.n.c. 0341530138 fax 0341530392 Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC) www.fiory.com - info@fiory.com

Gimborn Italia S.r.l. 05225452 fax 0522945365 Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia www.gimborn.eu/it - marketing@gimborn.it

0444482301 fax 0444482500 Imac S.r.l. Via Ghisa, 24 - 36070 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it

0586434000 fax 0586434210 Laviosa Chimica Mineraria S.p.a.

Via L. Da Vinci, 21 - 57123 Livorno www.laviosa.it - laviosaminerals@laviosa.com

Mp Bergamo S.r.l.

Manitoba S.r.l. tel. e fax 0375310418 

Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR) www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com

Mantovani Pet Diffusion S.r.l. 051969413 fax 051969348 Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)

www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com

0358361301 fax 0354496738 Via Passerera, 2/C - 24060 Chiuduno (BG) www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com

0281811 800 525505 fax 0281817133 Nestlé Purina Petcare S.p.a. Via del Mulino, 6 - 20090 Assago (MI)

www.purina.it Pineta Zootecnici tel. e fax 0522553616

Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

0248376157 fax 0241291840 Rinaldo Franco S.p.a. Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com

Trixie Italia S.r.l. 0444835329 fax 0444833352 Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it

0444975663 Valman S.r.l. 

Velma Group S.r.l. 0423715319

Via Munaron, 26/A - 31050 Vedelago (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com

Vitakraft Italia S.p.a. 075965601 fax 0759656020 Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG) www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

Viten S.r.l. 0432664401 fax 0432679043 Via Faedis, 21 - 33040 Povoletto (UD) www.viten.it - info@viten.it

## **RETTILI & ANFIBI / REPTILES & AMPHIBIANS**

Croci S.p.a. 

075965601 fax 0759656020

Via Brenta, 3-36033 Isola Vicentina (VI)

www.padovanpetfood.com - info@valman.it

0332870860 fax 0332462439 Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - info@croci.net

Fioretta Rag. Gianni S.n.c. Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC) www.fiory.com - info@fiory.com	0341530138 fax 0341530392
Imac S.r.I. Via Ghisa, 24 - 36070 Tezze di Arzignano (VI) www.imac.it - info@imac.it	0444482301 fax 0444482500
Mantovani Pet Diffusion S.r.l. Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (80) www.mantovanipetdiffusion.com mantovani@mantovanipetdiffusion.com	051969413 fax 051969348
Pineta Zootecnici. Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com	tel. e fax 0522553616
Rinaldo Franco S.p.a. Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com	0248376157 fax 0241291840
Trixie Italia S.r.I. Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it	0444835329 fax 0444833352
Velma Group S.r.I. Via Munaron, 26/A - 31050 Vedelago (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com	0423715319
<b>Vitakraft Italia S.p.a.</b> Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG) www.vitakraft.it - info@vitakraft.it	075965601 fax 0759656020

#### **MARKETING & SERVIZI**

(+49)6074/861009 fax (+49)6074/861089	GBS Marketing Moselstrasse, 2 - 63322 Rodemark (Germany)	
0499431318	IPV Pack S.r.I. Unipersonale Via dell'Industria e dell'Artigianato, 26/D-E	
029651011	35010 Carmignano di Brenta (PD) - www.ipvpack.com - info@ipvpack.com Masidef S.r.I Storedesign	
0510958560	Via Oberdan, 125 - 21042 Caronno Pertusella (VA) www.masidef.com - info@masidef.com Polypro S.p.a.	
0310336300	Via Roma,118 - 40012 Calderara di Reno (BO) www.polypro.it - info@polypro.it	
031301059 fax 031301418	Vimax S.r.l. Via Rezzonico, 23 - 22100 Como www.zampotta.it - info@zampotta.it	
0499350400 fax 0499350388	Zoo Planet S.r.I. Via Malcanton, 6 - 35017 Piombino Dese (PD) www.zooplanet.it - info@zooplanet.it	

## INSERZIONISTI

Sovracoperta
II coperta
III coperta
IV coperta

GHEDA MANGINI MANITOBA MONGE

AGRAS PET FOODS

BAMA
CESARANO
DISEGNA
DORADO
FARM COMPANY
FIORETTA
FRESKISSIMO
GHEDA MANGIMI

IL MIO NOME È WOLF 93 15, 29, 39 **MISTER PET MYFAMILY** 2-3 35 PINETA ZOOTECNICI 71 **RFRO** 11, 37, 45 **RINALDO FRANCO** 31 **TICINESE PET FOOD VITAKRAFT ITALIA** 47

Zampotta Magazine

ZampottaMag



#### **Direttore editoriale**

Cristina Mandaglio

#### **Direttore responsabile**

Cristina Mandaglio cristina.mandaglio@zampotta.it

#### **Coordinatore editoriale**

Valeria Longhi valeria.longhi@zampotta.it

Revisore Scientifico

#### Revisore Scientifico e settore veterinario

Cristiano Papeschi

### Hanno collaborato a questo numero:

Marina Moretti, Daniela Graziadio, Francesca de Carolis, Francesco Caruccio, Oscar Giacoletto, Matteo Novati, Alessio Lavacchi, Filippo Giunti, Elena Bucelli, Doriana Chianese, Nicola Benincasa, Silvia Marini, Alessandro Mancini, Valerio Zupo, Linda Sartini, Gianni Ravazzi

#### Direzione e Redazione

Vimax srl , Via Rezzonico 23 - 22100 Como tel. 031301059 - fax 031301418 - info@zampotta.it

#### Segreteria di Redazione

valeria.longhi@zampotta.it

#### **Produzione grafica**

otq pro.creative s.n.c.

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei PetShop

#### **OTTOBRE 2020 - N° 8**



#### Ufficio pubblicità

Vimax srl , Via Rezzonico 23 - 22100 Como tel. 031301059 - fax 031301418 - info@zampotta.it

#### Represantative for the U.S. and Canada

Richard A. Wartell - Judi Block Associates P.O. Box 1830, Willits, CA 95490 U.S.A. phone +1/707/4569200 - fax +1/815/3710757 rwartell@writeme.com

#### Servizio Abbonamenti

abbonamenti@zampotta.it - fax 031301418

#### Stampa

PAPERGRAF INTERNATIONAL SRL - Borgoricco (PD)

REGISTRAZIONE TRIBUNALE DI COMO N15/11 ISCRIZIONE NEL REGISTRO OPERATORI COMUNICAZIONE ALL'AGCOM N. ROC 21368

Tutti i diritti riservati. Ogni riproduzione è vietata se non autorizzata espressamente per iscritto dell'Editore. Il materiale inviato alla redazione non sarà restituito . anche se non pubblicato.

#### **Note Legali**

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 a torti lettori, che invitiamo pertanto a scriverci e ad aprire un dibattito ogni volta che lo crederanno giusto. La libertà e la possibilità di dialogo sono valori che una rivista come Zampotta non smetterà di difendere.

328 9226601

zampotta magazine

The Authors' personal opinions not always coincide with the Editorship or Editorial Staff's ones. Still, we do believe in everyone's right to express their own ridess, and we think it right to publish then. 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 feedom and possibility of dialogue.

La presente pubblicazione viene inviata da Vimax srl in Italia a tutti i petshop, agristore, toelettatori, veterinari, allevatori e rappresentanti. Viene inoltre inviata gratuitamente in Italia e in tutto il mondo a produttori, grossisti, importatori, esportatori, associazioni e stampa specializzata del settore pet.

This magazine is distributed by Vimax srl to all Italian pet shops, seed shops, groomers, vets, breeders and agents. It is also sent to all Italian and foreign manufacturers, wholesalers, importers, exporters, associations and specialized press working in the pet field.

Sebbene la rivista venga inviata con abbonamento gratuito, si rende noto che i dati in nostro possesso sono impiegati nel pieno rispetto del D.Lgs 196/2003.

L'interessato potrà avvalersi dei diritti previsti dalla succitata legge. In conformità a quanto disposto dal Codice di deontologia relativo al Trattamento di dati personali art. 2, comma 2, si comunica che presso la nostra sede di Como, via Rezonico 23, esiste una banca dati a uso redazionale. Gli interessati potranno esercitare i diritti previsti dal D.Lga 196/2003 (consultare, modificare o cancellare i dati) contattando presso la nostra sede di Como, tel. 031301059, fax 031301418, il responsabile Valeria Lonohi d'abhonamenti@azamontati il controli dabhonamenti@azamontati il controli da controli d

Although the magazine is delivered under free subscription, the personal data we are using are processed respecting Law Decree 1967/2003. You can exercise the rights specified in the above mentioned law. In compliance with the rules specified in the Code of conduct about prinary transment art. 2, comma 2, we inform you that the database is used for editorial purposes and resides in our headquarter located in Como, via Rezonico 28. If you wish to exercise the rights specified in Law Decree 1967/2003 (to look through, modify or cancel your personal data), please contact our office in Como, phone no. 4-39/03/201959, fax 4-39/03/20148. Responsible for the treatment of personal data is Nk Valenta Longhi (abbonamenti@campotta.ti)



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





Formula approvata dal punto di vista nutrizionale da



LA LINEA CON SPECIFICI INGREDIENTI FUNZIONALI NATURALI Utili per il mantenimento del benessere dei cani e gatti. La naturale ed innovativa risposta alle richieste del mercato, in un packaging 100% riciclabile che pensa all'ambiente

