

Zampotta

PET BUSINESS

OTTOBRE - N° 8

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

**AUTUNNO:
FAI ESPLODERE
LE TUE VENDITE**
e riparti alla grande

**COSA PORTARSI
DA CASA**

L'editoriale di Cristina Mandaglio

ECCO CHI TI ASCOLTA

quando ti impegni a far crescere
il tuo negozio

**COSA SALTA IN MENTE
AL TUO CLIENTE**

quando pensa a un pet shop

• The Best for your pet

Iv SAN BERNARD®



THE BEST

for Dogs & Cats



Mirco Sinigaglia



Iv San Bernard vuole solo il meglio per i propri clienti

Una gamma composta da diciotto prodotti fra
Shampoo, Balsamo e Profumi per risultati da veri professionisti;
le sei profumazioni poi vi faranno innamorare
di questa nuova linea stellare.



Una nuova linea
interamente
le esigenze

Ogni tipologia
ecco perché con **THE BEST**
del tuo animale
Scegli facilmente fra pro
E non solo, prova



SCOPRI

linea di prodotti pensata esclusamente per soddisfare le esigenze dei nostri pet

Il tuo pet ha delle necessità specifiche:
Il **THE BEST** by **Mirco Aringhieri** potrai prenderti cura
del tuo amico a 4 zampe nel migliore dei modi.
I prodotti più adatti al tipo di pelo fra *corto*, *medio* e *lungo*.
Anche le combinazioni di shampoo e balsamo
nutriente, ricostruttivo o lenitivo.



PER INFORMAZIONI DI PIÙ SU IVSANBERNARD.IT


Iv SAN BERNARD®
LUXURY CARE



6 diversi Shampoo per purificare in profondità il manto e la cute, uno per ogni tipologia di pelo e necessità del tuo pet.

6 Conditioners per ripristinare il giusto strato idrolipidico e rendere così il manto forte e lucente senza appesantirlo.

6 Profumi diversi che faranno innamorare voi ed il vostro amico a 4 zampe. **Ovviamente senz'alcool.**
Quale sceglierete?

fres
KISS
imo



LORO COME NOI

Formula PLUS

100% CARNE
ITALIANA

È COMPLETO, È GIÀ COTTO, È FRESCO!

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



Cerca il frigo
Freskissimo
all'interno
del negozio!



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

Disponibile anche la linea **Freskissimo Gatto**



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

www.freskissimopetfood.it

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

SPEED GREAT

con
Zampotta
PET BUSINESS

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

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

SOLO A ZOOMARK INTERNATIONAL

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

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

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

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

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

Gli imprenditori che hanno bisogno di idee efficaci sono tantissimi ma il nostro consulente è uno solo. Sarà disponibile gratuitamente allo stand di Zampotta Pet Business 11 e 12 novembre.

SAVE THE (SPEED) DATE

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



the *cat* is on the table

Presentiamo la nostra
prima collezione
dedicata agli amici felini

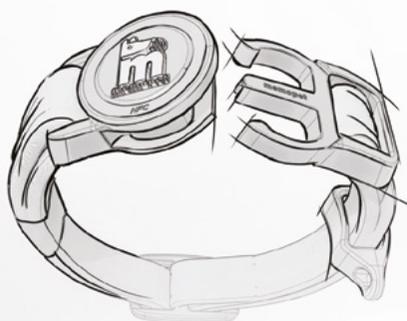
myfamily

memopet 



troverai questa e tantissime novità
che ti aiuteranno a **far crescere il tuo business**

— vieni a scoprirle da —



oltre a **nuove medagliette** per arricchire la tua offerta,
anche **collari, guinzagli e pettorine**
di **alta qualità** e tutti **made in Italy**



MyFamily S.r.l. Valenza (AL) - Italy
T. 0131 950063 | www.myfamily.it
MyFamily USA Inc. Orlando (FL) - USA

COPERTINA

"in evidenza"

The Best e le stelle di Mirco Aringhieri

(lv San Bernard)

6



OTTOBRE 2021 - N° 8

EDITORIALE

di Cristina Mandaglio

5

Cosa portarsi da casa



CANI & GATTI

62 Tutte le varianti di *Beef Stick*
(Vitakraft Italia)

66 Il *Fit-aroma*®: innovazione del pet food
(Monge)

70 *TilSalvoilpianeta* con una linea pet
(Pets Fitness)

72 Nutrirlo secondo natura è possibile
(Winner Plus Pet Food)

77 Tosa fino a due ore senza ricarica
(Heiniger)

78 Per il cliente stanco dei soliti gusti
(BEWITAL peftood)

80 Tra qualità e fantasia compositiva
(Linea 101)

82 Quell'eleganza british anche per Fido
(Dela)

84 Mastica e rigenera
(Farm Company)

86 Food Valley: fonte d'ispirazione
(Mister Pet)

90 La crocchetta 3+ diventa grande
(MSM Pet Food)

94 I nuovi nati della linea *Functional*
(Chemi-Vit)

96 Va di moda il birdgardening
(Pineta Zootecnici)

98 Due novità per quattro assi
(Ticinese Petfood)

100 Cinque ricette per cinque proteine
(Rebo)

102 Proteico tre volte più della carne fresca
(Dorado)

108 A chi piace andare dal dentista?
(L. Sartini)

111 "Perché quando lo chiamo non torna mai?"
(L. Quarta)

ACQUARI & CO.

114 Il metodo Jaubert
(V. Zupo)

118 Indiana, nostrana o a banana?
(A. Mancini)

RETTILI & ANFIBI

121 È tempo di cambiare pelle (e squame)
(C. Papeschi)

RUBRICHE

60 - 61 Dal commercialista

104 La voce di...

106 Negozio del mese

124 Bacheca

126 Contatti

130 Inserzionisti

BUSINESS

12 Tecniche di Vendita

16 Pubblicità & Marketing

22 Strategia Aziendale

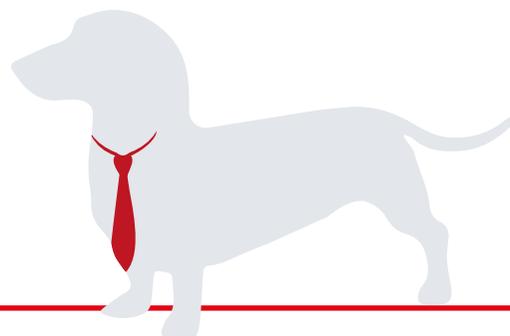
28 Pet shop On line

36 Social Media Marketing

42 Gestione Finanziaria

48 Business Semplice

56 Emozioni & Business





COSA PORTARSI DA CASA

Hai presente quando sei fuori con un amico e ti sembra “strano”?
Quando senti che c'è qualcosa che non va...
Bene, a me è capitato domenica scorsa, con una carissima amica.

Dopo l'ennesima volta che le chiedevo come andava e mi rispondeva “no, niente, tutto bene” mi ha confessato di essere molto stressata dai risultati della propria attività.
Questa cara amica è un'ottima consulente vinicola. Ha studiato presso una prestigiosa scuola enologica del Veneto e si è laureata in agronomia in Toscana, lavorando di giorno e studiando di notte.
Ora, dopo tanti sacrifici, gestisce la parte “tecnica” del vigneto: produzione e imbottigliamento dei vini di ben tre aziende.

Quando ha menzionato la sua fatica mentale mi sono illuminata, perché si stava addentrando in una delle mie passioni professionali: la gestione dello stress. E ho iniziato a farle qualche domanda più specifica.

E mentre lei parlava di come aveva accumulato tutta quella tensione, ho capito il vero motivo del suo problema.

Impiegava tutto il SUO tempo a fare, praticamente, tutto. Non c'era mai una mansione che non avesse priorità assoluta.

Qualsiasi cosa dovesse fare - dalla consulenza ai viticoltori, alla semplice fattura - rappresentava per lei un'urgenza. Controllava meticolosamente ogni singola attività da portare a termine anche, diciamo, per la “contropartita” a fine mese.

Questa ossessione di controllare sempre tutto è il “frutto negativo” di una lacuna tipica delle persone che si mettono in proprio aprendo un'attività e diventando così, da dipendenti, “imprenditori di sé stessi”, con la scarsa (se non nulla) capacità di delegare attività secondarie.

Vedi, i due più grossi problemi degli imprenditori - ma non solo degli imprenditori - sono:

- NON avere molto tempo per studiare.
- NON avere una gran voglia di studiare.

Ma la differenza tra chi è in grado di ottenere risultati e chi si AUTO-STRESSA - perché il metodo di lavoro non è ottimizzato ed efficace, perciò è difficile da delegare - sta proprio nel trovare del TEMPO per studiare nuovi argomenti.

E se ci tieni così tanto al tuo pet shop o alla tua azienda, innovare la tua struttura organizzativa e potenziare la conoscenza degli strumenti a tua disposizione dovrebbero essere per te due priorità assolute.

Al giorno d'oggi i libri, i corsi e le opportunità a disposizione per accelerare la crescita professionale di un imprenditore sono innumerevoli, e riuscire a selezionare le nozioni davvero utili è un lavoro che richiede ulteriore tempo che, come abbiamo detto, non sempre hai.

Noi cerchiamo di svolgere tutto questo lavoro per te. Ogni mese, con i nostri esperti, ti forniamo un distillato di informazioni di alto valore, studiate specificatamente per la tua situazione. Quella di professionista del settore pet. Non devi andare a cercarle in giro.

La gran voglia di studiare, però, devi portarla da casa tu.

Buona lettura.





The Best e le stelle di Mirco Aringhieri

Tante le novità da Iv San Bernard per i toelettatori. Tra queste spicca OzonWater, che regala al tuo salone un'atmosfera da centro termale

Quella di Iv San Bernard è una lunga storia, che inizia nel 1995 quando Mirco Aringhieri mette a frutto la sua lunga esperienza nella cosmetica umana e decide di esplorare un universo che ai tempi era ancora in via di formazione: quello della cosmetica per animali. Da allora Mirco e la sua azienda ne hanno fatta di strada, diventando in tutto il mondo (ISB è presente in oltre 30 Paesi) sinonimo di qualità, non solo nel campo dei prodotti cosmetici professionali per la toelettatura ma anche in quello delle attrezzature, degli accessori e della formazione per toelettatori, con sei prestigiose scuole in Italia e altrettante all'estero, fra Spagna e Cina.



Mirco Aringhieri, titolare Iv San Bernard
Mirco Aringhieri, owner at Iv San Bernard

Iv SAN BERNARD

IV SAN BERNARD SRL
tel. 0571509106
info@ivsanbernard.it
www.ivsanbernard.it



Professionalità, qualità e ironia sono gli ingredienti principali dei prodotti Iv San Bernard, che hanno spesso puntato su nomi accattivanti e parodici (si pensi ai profumi e alla ormai classica linea *Fruit of the Groomer*) e su un marketing innovativo.

D'altra parte uno dei maggiori punti di forza è da sempre l'innovazione, affidata a uno staff che affianca alla



Un momento dell'inaugurazione della nuova sede
Picture of the inauguration of the new plant





grande professionalità dei collaboratori storici la freschezza e la voglia di fare di molti giovani, che trovano in Iv San Bernard l'ambiente fertile in cui imparare e mettere a frutto le proprie idee e capacità.

Iniziamo con "il meglio"

Al centro di tutto questo ci sono le doti eclettiche del fondatore Mirco Aringhieri che dopo averci messo il cuore e l'anima ha fatto un ulteriore passo avanti, mettendoci anche la faccia: nasce così la linea *The Best*, la prima luxury line Iv San Bernard firmata dal Presidente Mirco Aringhieri in persona. Diciotto prodotti fra shampoo, conditioner e



profumi che rappresentano il top di gamma. Sei profumazioni straordinarie che, unite alle proprietà speciali delle formule appositamente studiate ed elaborate per questi prodotti, incanteranno la clientela più ricercata. Come sempre anche la scelta del nome non è casuale: per prodotti di qualità stellare, non si poteva che pensare agli astri ed ecco che le sei referenze portano i nomi di alcune delle costellazioni più conosciute. Nel rispetto della tradizione Iv San Bernard, anche questa nuova linea comprende prodotti specifici per tipo di pelo, a cui se ne affiancano altri per esigenze particolari.

Una "stellare" cura del pelo

Per i cani e i gatti a pelo corto, *Cassiopeia* è shampoo e conditioner con estratto di acacia: il collagene di acacia, prodotto naturalmente dalla pianta, è il sostituto ottimale del collagene di origine animale. Conferisce nutrimento e compattezza al manto preservandone il co-

lore e la naturale bellezza e le sue proprietà astringenti contribuiscono a ridurre la forfora. Lo shampoo e il conditioner *Orion*, pensati per cani e gatti a pelo medio, sono arricchiti con estratto di miele, i cui polifenoli (antiossidanti naturali) nutrono il manto donando elasticità e morbidezza, contribuiscono a preservarne la naturale bellezza e a proteggerlo dall'aggressione degli agenti esterni. Infine, per la cura del pelo lungo, *Pegasus* - sempre shampoo e conditioner - contiene estratto di malva, le cui proprietà emollienti aiutano a sciogliere i nodi donando morbidezza e lucentezza al manto.



Le altre tre coppie di shampoo e conditioner sono da utilizzare in situazioni particolari. Gli *Andromeda* ad esempio sono specifici per cani e gatti con manti devitalizzati e cute molto sensibile. Il potere rigenerante della rosa canina aiuta la ricostruzione del manto, che risulta quindi morbido, lucente, riequilibrato e nutrito. *Aquarius*, con le proprietà nutrienti dell'estratto di vite rossa, è adatto a ogni tipo di manto: i polifenoli che vi sono naturalmente contenuti contribuiscono a proteggere dai radicali liberi e a preservare i tessuti dalla degradazione del collagene per un manto sempre lucente e vitale. Infine *Hydra*, con estratto di lavanda, le cui proprietà calmanti e lenitive sono indicate per cani e gatti dal manto sensibile, donano lucentezza e contribuiscono ad attenuare la sensazione di prurito cutaneo.



Gli stessi nomi stellari si ritrovano per i sei esclusivi profumi, la cui speciale formula priva di alcol non disturba il sensibile olfatto



dell'animale: la fragranza intensa e avvolgente di *Cassiopeia* con ribes nero, sandalo e viola; *Orion* con le note calde e speziate di rosmarino e salvia arricchite con patchouli e iris; *Pegasus* che alla freschezza del bergamotto e dell'abete balsamico aggiunge un accordo finale marino; *Andromeda*, dolce e floreale con orchidea, gelsomino e fiori di eliotropo; *Aquarius* che alle note intense di limone e lavanda somma quelle decise di muschio e artemisia; *Hydra* che unisce il profumo intenso del giglio di mare delle notti d'estate senza vento alle fragranze agrumate di cedro, mandarino e fiori d'arancio.

L'ozono e i suoi benefici

L'ultima "chicca" è rappresentata dal nuovo macchinario *OzonWater*. L'utilizzo dell'ozono combinato all'acqua trova infatti una delle sue applicazioni più efficaci nel grooming, soprattutto nella cura dei problemi cutanei: l'azione delle bollicine permette alle cellule dell'epidermide di aprirsi, rendendo più efficace l'applicazione di qualsiasi prodotto, olio o shampoo. Il trattamento è particolarmente indicato per cani anziani o stressati, con problemi dermatologici, stress post-traumatici, gravidanze isteriche o nei periodi di muta. I benefici, visibili già dopo 3/6 giorni, sono il risultato del potere antinfiammatorio e antidolorifico dell'ozono che può aiutare anche in caso di patologie ortopediche, ulcere cutanee e infezioni cutanee causate da virus, funghi e batteri, come comprovato dall'Istituto Superiore di Sanità.



OzonWater è un apparecchio che eroga ozono: ozonizzando l'acqua è possibile ottenere i benefici di un vero e proprio trattamento termale, apportando risultati soddisfacenti contro reumatismi, artrosi, disturbi circolatori, problemi cutanei, stress e stanchezza. Inoltre la macchina può essere utilizzata per sanificare gli ambienti.



Il vasto showroom
Broad showroom

12 settembre, inaugurata la nuova sede

Tutti questi prodotti sono stati i veri protagonisti il 12 settembre, quando Iv San Bernard ha inaugurato ufficialmente la nuova sede a Montelupo Fiorentino.



La produzione
Manufacturing

La ditta occupava già da qualche tempo i nuovi locali, ma a causa della pandemia non era stato possibile presentare prima al pubblico questa nuova e grande location, dove trovano spazio gli uffici, il magazzino e un vastissimo showroom.



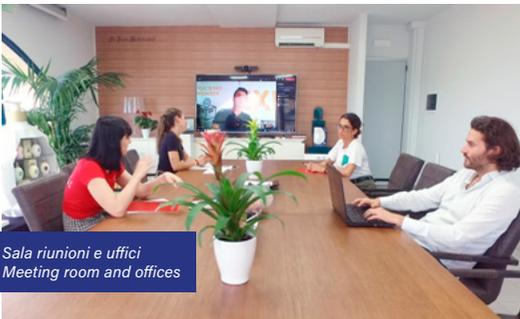
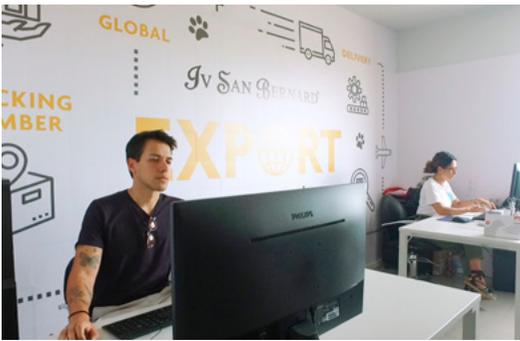
Mirco Aringhieri con Giuseppe Pierini, organizzazione Zoomark International
Mirco Aringhieri with Giuseppe Pierini, Zoomark International organizing committee





L'ampio magazzino
Broad warehouse

Qui è possibile vedere dal vivo svariati esempi di allestimenti per pet shop e toelettature e farsi un'idea dell'incredibile varietà di soluzioni possibili grazie alla versatilità dei mobili Iv San Bernard e alla grande esperienza e fantasia dello staff.



Sala riunioni e uffici
Meeting room and offices

THE BEST AND THE STARS OF MIRCO ARINGHIERI

Plenty of news for groomers at Iv San Bernard. Starting with *OzonWater*, which gives your centre the aura of a spa

Iv San Bernard story dates back in 1995, when Mirco Aringhieri and his long-term experience in beauty products for humans start explore a sector that was just born: beauty products for pets.

Since then, Mirco and his company went a long path: the company is present in over 30 countries and it is the symbol of quality in terms of professional grooming beauty products but also equipment, accessories and training for groomers, with six famous schools in Italy and six schools abroad, in Spain and China.

Professionalism, quality and irony are the main ingredients of Iv San Bernard: products' names are always captivating and ironic (just like perfumes or *Fruit of the Groomer* traditional line) and the marketing strategy is innovative.

Of course, one of the company's strength has always been innovation: the team combines the professionalism of long standing employees with the enthusiasm of young people, who look at Iv San Bernard as a fertile environment to learn and put all their skills into practice.

LET'S START FROM "THE BEST"

The company's core is Mirco Aringhieri and his versatile skills. He devoted heart and soul to the company, then he took a further step forward: *The Best* is the first luxury line by Iv San Bernard signed by President Mirco Aringhieri in person. 18 products among shampoos, conditioners and perfumes representing the top range. Six extraordinary scents, combined with specifically developed formulas, will charm the most demanding customers. As usual, the name is not casual: cosmic quality requires stellar names; that is why they are named after the most popular constellations. Following Iv San Bernard tradition, the new line includes specific products for each fur type, with other products for specific needs.

COSMIC FUR CARE

Cassiopeia is the shampoo and conditioner for short-hair cats and dogs, with acacia extract. Naturally-produced acacia collagen is the excellent replacement for collagen of animal origin. It ensures a nourished and compact coat, preserving its colour and natural beauty. Its astringent effect helps reduce dandruff. *Orion* shampoo and conditioner are dedicated for medium-haired cats and dogs and supplemented with honey extract: polyphenols (natural antioxidants) nourish the coat, making it elastic and soft. They help preserve the coat's natural beauty and protect it from external agents. *Pegasus* shampoo and conditioner are suited for long hair and contains mallow extract: its soothing effect help disentangle the coat, adding softness and brilliance.

The other products are suited for special situations. *Andromeda* shampoo and conditioner are specifically suited for dull coat and sensitive skin. Dog rose restoring power ensures a soft, shiny, balanced and nourished coat. *Aquarius* and the nourishing effect of red grape extract is suited for all coat types: polyphenols protect from free radicals and preserve tissues from collagen degradation, for a shiny and lively coat. *Hydra* contains lavender extract: the soothing and calming effect is suited for sensitive coats. It adds brilliance and reduces skin itch.

The same names are applied to six exclusive perfumes: the special alcohol-free formula does not annoy the pet's sensitive olfaction: *Cassiopeia* intense and embracing scent with blackcurrant, sandal and violet; *Orion* features rosemary and sage with patchouli and iris; *Pegasus* combines the freshness of bergamot and balsamic spruce with a marine touch; *Andromeda*, sweet





Eleonora Azzini al lavoro su un setter
Eleonora Azzini at work on a setter dog



Massimiliano Carluccio al lavoro su un cocker
Massimiliano Carluccio at work on a cocker dog

Oltre alla presentazione delle nuove linee, si sono esibiti la bravissima Eleonora Azzini e un'eccezionale coppia madre-figlio di collaboratori storici di Iv San Bernard, Roberta Rossi e Massimiliano Carluccio. E, come nella migliore tradizione, conduttrice e padrona di casa è stata l'espertissima e internazionalissima Monique van de Ven, colonna portante del brand.



Roberta Rossi al lavoro su un golden
e la conduttrice Monique van de Ven
Roberta Rossi at work on a golden
retriever and Monique van de Ven

Dopo l'ottima cena gli ospiti hanno potuto godere della performance di un'altra amica di lunga data, nonché madrina di Iv San Bernard: la cantante Ivana Spagna, che per l'occasione è stata affiancata da un'altra regina della musica dance, Corona, famosa per i suoi successi tra i quali *The Rhythm of the Night*. Le due cantanti hanno fatto ballare il pubblico e aggiunto una nota divertente a una splendida giornata di festa per Iv San Bernard, che si conferma un'azienda fra i leader nel mondo



Le performance di Ivana Spagna e Corona
Ivana Spagna and Corona performances

della pet cosmetics, nonché degli allestimenti e della formazione per toelettatori.

Quando in questi settori si parla di qualità, innovazione, eleganza e fantasia, ormai da oltre 25 anni si parla di Iv San Bernard. (G.M.)

and floral with orchid, jasmine and heliotrope flowers; *Aquarius* combines lemon, lavender, musk and mugwort. *Hydra* combines the intense scent of sea daffodil with cedar, tangerine and orange flowers.

OZONE AND ITS EFFECTS

The final gem is the new *OzonWater* machinery. The use of ozone combined with water is very effective in the grooming sector, especially to treat skin ailments. The effect of bubbles allows skin cells to open, which increases the effectiveness of every product applied (oil or shampoo). The treatment is particularly suited for senior or stressed dogs, with skin ailments, post-traumatic stress, hysterical pregnancy or moult. The beneficial effects are visible after 3/6 days, thanks to the anti-inflammatory and pain-soothing effect of ozone: it is useful in case of orthopaedic ailments, skin ulcers and infections caused by virus, fungi and bacteria as stated by the Italian Health Institute.

OzonWater device releases ozone: ozonised water ensures the beneficial effects of thermal treatment, with excellent results against rheumatism, arthrosis, circulatory ailments, skin problems, stress and fatigue. Moreover, the machine can also be used to sanitize the environment.

12 SEPTEMBER, INAUGURATION OF THE NEW PLANT

All the products were presented on September 12th, when Iv San Bernard officially inaugurated the new plant in Montelupo Fiorentino. The company was already using the new plant, but because of the health emergency the new plant had not been presented yet. The new location hosts offices, the storehouse and a large showroom. Plenty of furnishing layouts for shops and grooming centres are on show, thanks to the versatility of Iv San Bernard pieces of furniture and to the staff's experience and creativity. Besides the presentation of the new lines, the inauguration hosted the show of master Eleonora Azzini and an exceptional mother-son couple of long standing collaborators, Roberta Rossi and Massimiliano Carluccio. Following the tradition, the brand's pillar Monique van de Ven presented the show.

After the excellent dinner, guests were entertained by the performance of another long-standing friend and sponsor of Iv San Bernard: singer Ivana Spagna. For the occasion, there was another queen of dance music, famous for successful songs such as *The Rhythm of the Night*, Corona. The singers entertained guests as addition to the wonderful festive day of Iv San Bernard. The company proves to be among the leaders in pet cosmetics, as well as shop layout and grooming training.

For 25 years, talking about quality, innovation, elegance and creativity in these sector means you are talking about Iv San Bernard.



Super Premium Menù alla carta!



Venite a trovarci dal 10 al 12 novembre 2021
a Zoomark di Bologna Fiere.

Il nostro Team sarà felice di accogliervi e mostrarvi i nostri prodotti!

info@epicpet.it · www.EpicPet.it



AUTUNNO: FAI ESPLODERE LE VENDITE DEL TUO PET SHOP

e riparti alla grande

NICOLA BENINCASA

Sette consigli utili e pratici per non farti trovare impreparato nel periodo post vacanze, fondamentale per ogni business

Le vacanze sono finite e il tran tran quotidiano ha ripreso il pieno controllo della vita dei tuoi clienti, che tornano in modalità “acquisto” dopo un'estate trascorsa, giustamente, in modalità “relax”.
Detto in parole semplici: si torna a comprare come non mai.

E anche la testa dell'imprenditore torna a concentrarsi sul business.

Ecco allora sette consigli pratici che puoi mettere in pratica fin da subito per ripartire alla grande.



1 CREA UNA PROMOZIONE/OFFERTA/BUNDLE PER IL RIENTRO

Come sempre dobbiamo armare il nostro braccio. E sappiamo bene come armare nel business significhi “creare offerte”. Prepara allora una buona strategia di vendita, magari un pacchetto promozionale per questo periodo.

Un classico, ma sempre efficace, “pacchetto post vacanze” per il l'amico a quattro zampe.

Un esempio: abbiamo creato un super bundle per un negozio di Marsala che comprende giochi e alimenti refrigeranti per cani. Un pacchetto che è andato a ruba. Potresti fare la stessa identica cosa.



2 MANDA UN MESSAGGIO AI TUOI CLIENTI

Quante volte abbiamo parlato di follow up?

Ecco, è il momento di dargli vita. Utilizza social e mail per far sapere ai tuoi clienti che hai attivato una particolare offerta.

Falli venire in negozio. I tuoi messaggi avranno lo stesso effetto delle note del pifferaio di Hamelin.

3 ORGANIZZA UN EVENTO IN NEGOZIO

Stessa offerta, ma nuovo modo di venderla. Crea un piccolo evento a porte chiuse per i tuoi clienti.

Presenta un nuovo servizio e al termine della dimostrazione proponi la tua offerta.

I tuoi clienti saranno soddisfatti e tu anche perché venderai molto.

Anche in questo caso follow up e comunicazione in negozio sono elementi fondamentali di diffusione.

4 CREA UN'OFFERTA SPECIFICA PER FAR TORNARE I VECCHI CLIENTI

Sì, hai letto bene. Crea una nuova offerta ma questa volta per i tuoi ex clienti. Un'offerta mirata, per farli tornare ad acquistare da te.

Dovresti avere i loro contatti, quindi a costo praticamente zero potrai recuperare vendite in un modo che ti sorprenderà per quanto sarà efficace.

5 PIANIFICA UNA CAMPAGNA FACEBOOK E INSTAGRAM

È arrivato il momento di calare l'asso nella manica: una campagna locale che passi attraverso Facebook e Instagram.

Utilizza social e mail per far sapere ai tuoi clienti che hai attivato una particolare offerta



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



www.prodac.it - info@prodac.it

Follow us:





Il mio consiglio è di svilupparla su due differenti canali:

- generazione di contatti per far scaricare il tuo volantino delle offerte (o quello che vuoi far scaricare) ai tuoi potenziali clienti;
- messaggi o chiamate WhatsApp per aumentare le interazioni/risposte da parte dei tuoi clienti.

Se non sai come fare possiamo darti una mano, scrivi a claudia@turbobusiness.it

6 PROGRAMMA UNA CAMPAGNA SU GOOGLE

Certo non possiamo limitare le nostre fonti, motivo per cui oltre che sui social devi attivare una campagna con Google Ads che, sfruttando la tua posizione, ti aiuta a promuovere il tuo negozio portandoti nuovi clienti.

Budget anche minimo, dai 3 ai 5 euro al giorno. Credimi, è la scelta migliore che tu possa fare. Numeri alla mano, funziona alla grande.

7 CREA UN PREMIO PER IL TUO CLIENTE DEL MESE

Parliamo ora di referral. Che cosa fare? Semplice, crea un premio da destinare al tuo cliente del mese.

Premialo, fai foto e pubblicalo sui social, taggandolo.



**NICOLA
BENINCASA**

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

Sai che cosa farà lui? Lo farà sapere a tutti i suoi amici, portandoti in negozio altrettante persone. Operazione super efficace, a costo zero.

CONCLUSIONI

Ecco i 7 consigli super pratici che ti aiuteranno davvero a far esplodere le vendite.

Mettili alla prova e fammi sapere com'è andata. Sono convinto che applicandone solo la metà riuscirai a fare il miglior autunno di sempre.

Alle tue conversioni.

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

OVER LINE SRL

Propone prodotti ed attrezzatura professionale nel settore PET da più di 30 anni; La forza di OVERLINE MERINI è la capacità d'innovazione costante e l'impegno continuo per offrire la massima qualità dei suoi prodotti oltre a strumenti di lavoro per tutti i saloni di toelettatura e non solo Leader nella cosmesi bionaturale del cane, del gatto e del cavallo OVERLINE MERINI permette ai suoi clienti di acquistare on line o direttamente contattando l'azienda. Tutti i nostri prodotti forniscono un effetto idratante, riparatore e protettivo sullo strato lipidico naturale del tuo animale domestico e sono formulati senza parabeni, tensioattivi o polifenoli.



formati con noi, **OVERLINE ACADEMY**

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



OVERLINE
merini

PER INFORMAZIONI

+393357218594/+393421761673

maurizio.merini@libero.it

OVERLINESHOP.COM



COSA SALTA IN MENTE AL TUO CLIENTE

quando pensa a un pet shop?

LUCA SCRIMIERI

Se non sei tu il primo nome che gli viene in mente hai un problema bello grosso: ecco come risolverlo

Cosa rispondereste se vi chiedessero: *A quale marca di automobili pensi quando si parla di sportività e prestazioni?*
Oppure: *Quale marca di croccantini è la migliore in termini di gusto per il tuo cane? E quale in termini di prezzo?*
Ma anche: *Quale negozio di articoli per animali soddisfa le tue aspettative di servizio/prezzo/assortimento nella tua città?*

Le prime marche che vi sono venute in mente rispondendo a queste domande sono posizionate nel vostro emisfero cerebrale, nelle rispettive categorie.
Auto sportiva > Marca di riferimento
Alimenti sani e salutarì > Marca di riferimento
Alimenti primo prezzo > Marca di riferimento
Pet shop cittadino con grande assortimento > Insegna di riferimento.

UN VERO E PROPRIO PODIO MENTALE

Potrebbero esservi venute in mente più marche. È normale. A seconda delle categorie almeno due, probabilmente tre. Immaginate una scala, con dei gradini. Su ogni gradino poggia una marca. Il problema è che non vi possono essere molti gradini, si tratta di una scala molto corta, per cui se la marca è su uno di quei gradini va bene, altrimenti cominciano i problemi. La mente umana non può imma-



gazzinare troppe informazioni, per cui tende a classificare. Chiedete a qualcuno di elencare tutti i brand che ricorda di una determinata categoria di prodotto. Difficilmente arriverà a nominarne più di sette. Per far fronte alla complessità, la gente semplifica qualsiasi cosa.

Per cui poche marche per categoria, pochi gradini sulla scala mentale.

L'ideale sarebbe stare sul gradino più alto, primi nella mente del consumatore.

Qual è il libro più venduto al mondo? La Bibbia.

E il secondo libro più venduto? Più difficile rispondere.

Chi è stato il secondo uomo sulla luna?

Quale squadra si è classificata seconda ai Mondiali del 1978?

Insomma, se non sei il primo nella mente del consumatore hai un problema di posizionamento.

Una marca deve avere un posizionamento nella categoria di riferimento.

All'attivarsi della richiesta e del bisogno, il cervello risponde in base a tale criterio. Tecnicamente si parla di set evocato. Questo è un passaggio importante: le marche si posizionano per categorie.

Ad esempio bevande gassate, bevande energetiche, alimenti per gatti, per cani, per pesci, automobili sportive, berline di lusso, suv, negozi per bambini, negozi di elettronica, ecc.



Alcune delle categorie al loro interno si suddividono in altre categorie ma bisogna sempre pensare a categorie che sono riconosciute dal mercato nel quale l'azienda possa creare un posizionamento.

In teoria il posizionamento è un concetto relativamente semplice.

Come suggerisce il termine stesso, posiziona-

FARM COMPANY

PRESENTA

Nothin' to Hide

SNACK A BASE DI COLLAGENE
DAI MOLTEPLICI BENEFICI



- 🐾 Benessere di manto e cute del pet
- 🐾 Miglioramento del processo digestivo
- 🐾 Riduzione dei dolori articolari e prevenzione dell'artrosi
- 🐾 Supporto ai cuccioli nel periodo della crescita
- 🐾 Supporto alle femmine in gravidanza e allattamento

Distribuito in esclusiva per l'Italia da

FARM COMPANY

www.farmcompany.it

FarmCompanyBiella / FarmCompanyBiella

re una marca (un prodotto, un servizio, ecc.) significa trovarle una collocazione adeguata, un posto preciso nella mente del consumatore.

L'azienda/negozio lavorerà affinché la sua marca/insegna occupi quello spazio.

CINQUE DOMANDE PER UN PROGETTO DI POSIZIONAMENTO

La pratica del posizionamento è però più complicata della sua teoria. Prima di arrivare a una conclusione conviene lavorare in modo organizzato. Di seguito trovate cinque domande che ognuno può porre a sé stesso per permettere al processo di attivarsi. Non si bara a questo gioco.

Le domande sono facili da porre, ma è difficile rispondervi.

1. QUALE POSIZIONE OCCUPI?



Il posizionamento implica pensare al contrario. Inizia a pensare con la mente del potenziale cliente. Non chiederti cosa sei oggi, la risposta non arriverà da chi lavora con te, dai tuoi manager o da te stesso, arriverà dal mercato.

Chiediti cosa sei per i tuoi clienti. Chiedilo a loro, se puoi organizzare una qualche forma di ricerca (tramite il sito, le pagine social, un questionario), fallo perché è sempre buona cosa avere informazioni dirette. Lavora sulle categorie già presenti. Cambiare le menti (alias inventare una nuova categoria) è alquanto complicato, più facile lavorare con ciò che è già presente. È necessario trovare un modo, un argomento, un dialogo, per ar-

rivare alla mente del cliente ancorando il tuo prodotto/servizio a qualcosa di già presente.

Se nella tua zona sono presenti un'insegna o più insegne o più concorrenti, scopri come vengono percepiti dal mercato e fai il contrario. Ricorda, devi trovare uno spazio libero nella mente, non uno spazio già occupato dai tuoi concorrenti.

2. QUALE POSIZIONE VUOI OCCUPARE?

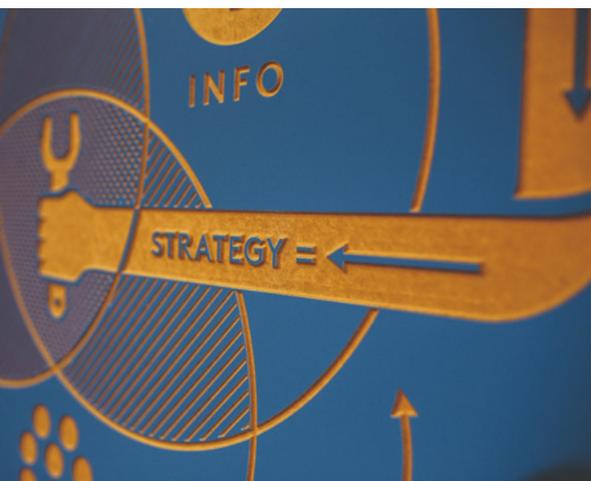
Devi immaginare la miglior posizione da occupare nel medio/lungo termine, ma non una che qualcun altro già possiede. Richiede tempo e tante energie da investire e le probabilità di fallimento sono elevate. Pensa a qualcosa a cui nessuno ha ancora pensato, una posizione che comun-

que non è ben presidiata. Se gli altri negozi fanno orari regolari, perché non posizionarsi come un pet store aperto sino a tarda notte?

Non ambire ad occupare più posizioni per servire tutto il mercato. Se la politica è "va bene per tutti" probabilmente invece di attrarre tutti non si attrarrà nessuno. Trovare uno spazio proprio, focalizzare l'esperienza, diventare uno specialista, distinguersi e posizionarsi come tale.

3. CHI DEVI SUPERARE?

Se vuoi occupare una posizione già presidiata dal leader di mercato, conviene ripensarci. Devi conoscere bene la concorrenza tanto quanto conosci bene te stesso. Ciò



IDC® POWER HARNESS

JULIUS K-9® *THE ORIGINAL*

Pettorina ergonomica, traspirante, skin-friendly e dall'ottima vestibilità. Con anello di aggancio in acciaio, maniglia sul dorso, patch fosforescente e dettagli catarifrangenti. Materiali resistenti ma leggeri, certificati OEKO-TEX, made in Europe.



NUOVI
COLORI

SCOPRI SUL NOSTRO SITO
TUTTI I PRODOTTI **JULIUS-K9**



RECORD
Qualità per piccoli animali

• Distributore esclusivo •

www.recordit.com

 Record - Rinaldo Franco Spa

 record_rinaldo_franco

richiederà tempo ma permetterà di inserirti in un segmento specifico. Quanti negozi propongono prezzi bassi? Quanti servizi offrono i tuoi concorrenti? Quali prodotti vendono? Qual è il loro mix a scaffale? Che tipo di promozioni fanno? Di quali vantaggi ambientali godono (strade a traffico veloce, parcheggi, siti in prossimità di centri commerciali ad alto traffico, commercio on line, ecc.)?

Fare i conti con la concorrenza è il problema principale.

4. DISPONI DI UN BUDGET SUFFICIENTE?

Detto in altro modo: hai soldi per tutto questo? Perché servono soldi per costruire uno spazio nella mente del consumatore/mercato. Servono soldi per consolidare uno spazio. Servono soldi per mantenere uno spazio, una volta che lo hai consolidato.

Ci sono tanti prodotti, tanti servizi, tanti negozi che competono per la mente del cliente. Emergere da questa folla è sempre più difficile.

Per questo quando una grande azienda decide di lanciare un nuovo prodotto investe milioni di euro in pubblicità. Il budget, in pratica, determina la vita o la morte di un posizionamento di marketing.

Per le attività locali il discorso cambia. Lavorando in un'area geografica determinata si può inizialmente concentrare il budget e diventare leader a livello locale per poi espandersi.

Posizionare una marca significa trovarle la giusta collocazione, il posto preciso nella mente del cliente

5. RIESCI A RESISTERE E A ESSERE COERENTE?

Una volta deciso il posizionamento, devi essere disposto a mantenerlo nel tempo, rimanendogli aderente. Le aziende di successo non cambiano quasi mai, promuovono tramite la pubblicità lo stesso posizionamento per anni e anni. Devi pensare il tutto in un'ottica strategica. La tua strategia di posizionamento (diventare specialista nei prodotti per volatili, ad esempio) non dovrebbe mai cambiare. Ciò che cambia sono le tattiche a breve termine, le quali vanno ideate per implementare il posizionamento a lungo termine (una promozione basata su una raccolta punti che dà diritto a ricevere premi legati al mondo dei pennuti, ad esempio). Tutto ciò che andrai a comunicare, promuovere, sviluppare dovrà essere coerente con il posizionamento scelto. In termini di comunicazione mantieni sempre lo stesso messaggio o comunque messaggi che riportino al posizionamento.



**LUCA
SCRIMIERI**

Si definisce un pubblicitario e si occupa di sviluppare brand.

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

Una laurea in Economia, due Master, varie specializzazioni.

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

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

CONSIDERAZIONI FONDAMENTALI

Il posizionamento risponde al problema dell'affollamento di prodotti, marchi e servizi perché permette di emergere rispetto a tutti gli altri.

Il posizionamento risponde al problema temporale dei prodotti, perché una volta ancorato, se ben mantenuto, potrà durare a lungo nel tempo.

Il posizionamento lavora sulle tre dimensioni della marca (identificativa, percettiva, fiduciaria) che abbiamo trattato nel precedente numero (*Zampotta Pet Business settembre 2021 pagina 52*) e aiuta la marca a svolgere e sviluppare tutte le funzioni in essa insite.

Il cerchio marca-posizionamento-marca si chiude.

NUTRIBIRD SI VESTE DI NUOVO



UN NUOVO LOOK, MA SEMPRE LA STESSA QUALITÀ

Alimentazione tutto-in-uno Elaborato da veterinari e nutrizionisti aviari Impiegato dai migliori allevatori e zoo di tutto il mondo Completo e facile da usare Per tutti gli uccelli, in ogni fase della vita. Perfettamente bilanciato per ogni uccello.

Con Orlux pastoncini, sotto l'ala protettiva di NutriBird, possiamo ora offrirvi una scelta più completa di menù per i vostri uccelli.

NOSTRA ANTEPRIMA VIRTUALE NUTRIBIRD

Scopri la scienza dietro la formula, fatti sorprendere dal nostro sistema e esplora gli approfondimenti esclusivi sulla nostra alimentazione per uccelli, supportata da scienziati, veterinari aviari e ornitologi.

Pronti a partire?

Visita il nostro nuovo sito internet alla pagina versele-laga.com/it/it/nutribird e registrati, scoprirai un mondo meraviglioso!



VERSELE-LAGA

NutriBird

ECCO CHI TI OSTACOLA

quando ti impegni a far crescere il tuo pet shop

ASSUNTA INCARNATO

Individua e analizza i punti di forza su cui puntare e le minacce da cui proteggerti

Ogni settore è senza dubbio differente dall'altro. Ci sono alcune aziende che operano in settori ormai saturi, non riescono ad acquisire nuovi clienti, conseguono margini risicati e hanno difficoltà a generare utili elevati e flussi di cassa positivi e business che invece operano in settori in forte crescita e con un potenziale di redditività e profitto enorme.

Il settore pet shop è uno di quelli che negli ultimi anni è cresciuto in misura maggiore.

Secondo l'ultimo rapporto Assalco-Zoomark (Associazione Nazionale Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia) infatti, il mercato italiano del pet food ha realizzato complessivamente un volume di affari di oltre due miliardi di euro nel 2020 (+ 2,8% rispetto al 2019). Le aziende italiane che producono cibo per animali sono solide, in crescita continua e, a differenza di ciò che sta accadendo in altri settori, sembrano non risentire degli effetti negativi di questa nuova crisi economica.

Questo significa che la crescita sarà la medesima per tutti coloro che operano nello stesso settore e quindi, in questo caso, per tutti coloro che gestiscono un pet shop?

Purtroppo (o per fortuna), no.

In questo articolo vorrei condividere con te le diverse tipologie di concorrenti che sono presenti all'interno di un settore e che inevitabilmente si contendono il tuo *potenziale cliente*.

Le informazioni che leggerai ti saranno molto utili per strutturare prodotti e servizi che ti faranno distinguere dalla concorrenza, farti preferire agli occhi dei tuoi clienti ideali, e fare marketing in modo più preciso ed efficace.

**Più le barriere
in ingresso in un settore
sono basse, maggiore
sarà la concorrenza**



NATURAL INSTINCT

MADE IN ITALY
Primordial
by Mister Pet

GRAIN FREE

APPROVATO
DAI VETERINARI



LINEA PER CANI MINI

HOLISTIC PHILOSOPHY HIGHLY FRESH MEAT

Natural ingredients that respect the evolutionary origin of dogs

100%
NATURAL

70%
ANIMAL
ingredients

30%
VEGETABLES
herbs and fruits



LINEA PER CANI ALL BREED



MISTER PET

Strada Pedemontana, 35 - 43029 Loc. Mamiano (PR) - Italy - Tel. +39 0521 340323

CHE COSA SI INTENDE PRECISAMENTE PER CONCORRENZA?

Prima di entrare nel vivo della questione, partiamo dalla definizione di concorrenza.

Per concorrenza si intende l'insieme di imprese che producono beni/servizi in grado di soddisfare i medesimi bisogni del cliente target.

È un concetto relativamente semplice, che tuttavia spesso viene trascurato o frainteso: è il caso di notare infatti che i concorrenti della tua impresa non sono soltanto coloro che gestiscono un'attività simile alla tua, quanto piuttosto tutte le soluzioni in grado di soddisfare i bisogni del tuo cliente target (abbiamo parlato approfonditamente di bisogni, cliente target e sistemi di offerta negli articoli pubblicati nei mesi precedenti).



Quali sono queste soluzioni in grado di risolvere il medesimo bisogno del tuo cliente target?

Personalmente, il modello di riferimento che utilizzo, e che ritengo essere più valido e di semplice applicazione è quello delle **cinque forze competitive**, elaborato da **Michael Porter**, uno dei massimi esperti e consulenti di Strategia aziendale, nonché professore alla Harvard Business School.

Le cinque forze competitive cui fa riferimento Michael Porter sono:

- 1 il grado di rivalità tra i concorrenti;
- 2 la minaccia di nuovi attori entranti;
- 3 la minaccia di prodotti sostitutivi;
- 4 il potere contrattuale dei clienti;
- 5 il potere contrattuale dei fornitori.

Maggiore è l'intensità di queste forze, minore è l'attrattività di un settore e quindi la sua profitabilità.

Approfondiamole assieme.

IL GRADO DI RIVALITÀ TRA I CONCORRENTI

Questa forza competitiva si riferisce ai tuoi concorrenti diretti, ovvero gli altri pet shop che si rivolgono ai tuoi stessi clienti e che offrono prodotti/servizi uguali o simili ai tuoi.

Quanto maggiore è il grado di rivalità tra le imprese all'interno di un settore, tanto minori sono le prospettive di redditività nel lungo periodo.

LA MINACCIA DI NUOVI ENTRANTI

La facilità con la quale nuove imprese possono entrare in un settore ne influenza la pressione competitiva.

Infatti più le barriere in ingresso in un settore (ovvero gli ostacoli e gli impedimenti che rendono difficile l'ingresso di un'impresa nel settore) sono basse, maggiore sarà la concorrenza.



LEONARDO[®]
CAT  FOOD

Un cacciatore.
Una preda.

Vieni a trovarci
nel padiglione 30
stand B73-B77



NOVITÀ



Scopri di più:
it.leonardo-catfood.com

85% carne fresca
15% ingredienti olistici
0% cereali e patate

Ecco dunque alcune domande utili da porsi:

- Sono necessari ingenti investimenti iniziali per entrare/operare sul mercato?
- La difficoltà di accesso ai canali di distribuzione è elevata?
- Sono previste delle economie di scala e/o delle regolamentazioni specifiche previste per legge?

Lo abbiamo visto prima: il settore pet shop è indiscutibilmente in forte crescita, anno dopo anno.

Ma la domanda che devi porti è: *“quanto è complesso e impegnativo per una nuova impresa poter entrare nel mio settore, proprio perché è così profittevole?”*

Se le barriere in ingresso sono basse, in futuro la concorrenza di nuove imprese probabilmente aumenterà e quindi le prospettive di un futuro profitto saranno più basse rispetto a quelle attuali.

LA MINACCIA DI PRODOTTI SOSTITUTIVI

Per prodotti sostitutivi si intendono tutti quei prodotti o servizi che costituiscono una soluzione differente rispetto a quella offerta dalla tua impresa, ma potenzialmente risolutiva del medesimo bisogno del tuo cliente target.

In altre parole, è la cosiddetta concorrenza indiretta.

Ecco alcuni parametri di cui tenere conto.

- **gli switching cost**, ossia i costi che il cliente deve sostenere per poter cambiare prodotto o servizio;
- **il grado di similarità dei prodotti**;
- **il rapporto costi/benefici**, ossia il rapporto tra tutti i costi che il cliente sostiene per l'acquisto e l'utilizzo del prodotto, rispetto ai suoi reali e immediati benefici.

IL POTERE CONTRATTUALE DEI CLIENTI

Sì, anche i tuoi clienti devono essere analizzati nella valutazione del contesto competitivo. Se godono di un forte potere contrattuale, saranno infatti in grado di richiedere e ottenere prezzi più bassi e condizioni commerciali a loro più favorevoli, che quindi possono potenzialmente ridurre i tuoi margini di profitto.

Il potere contrattuale dei clienti è maggiore se questi ultimi rappresentano una fetta importante del tuo fatturato o quando per loro è relativamente facile sostituirti con un altro fornitore o addirittura (la peggiore delle ipotesi) quando hanno la possibilità di produrre direttamente ciò che serve per soddisfare il loro bisogno, piuttosto che acquistarlo da te.

IL POTERE CONTRATTUALE DEI FORNITORI

L'ultima forza competitiva che devi considerare quando analizzi il tuo settore e quindi il modello di business della tua impresa si riferisce al potere contrattuale di cui godono i tuoi fornitori.

Proprio come i clienti, allo stesso modo i fornitori possono infatti esercitare il proprio potere contrattuale aumentando i prezzi, o riducendo la qualità dei beni e servizi erogati.

Anche in questo caso, maggiore è



il potere contrattuale dei fornitori, minori saranno i margini di guadagno che potrai realizzare.

Ecco alcuni elementi utili da considerare:

- **il livello di concentrazione dei fornitori:** un numero ridotto di fornitori attribuisce agli stessi un maggiore potere contrattuale;
- **se i prodotti che forniscono presentano un alto grado di differenziazione tra quelli presenti in un settore;**
- **se i fornitori sono in grado di entrare direttamente in relazione con i consumatori finali.**

CONCLUSIONI

È fondamentale esaminare in modo completo e approfondito il contesto competitivo presente nel tuo settore specifico, per individuare i punti di forza su cui puntare e le eventuali minacce da cui proteggerti, per difendere e mantenere il vantaggio competitivo di cui gode la tua impresa e quindi la redditività nel medio/lungo termine.

Ora hai un'idea più precisa delle valutazioni che devi fare.



**ASSUNTA
INCARNATO**

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



IL BILANCIO CONFESSA!

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

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

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

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

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



SHAMPOO A SECCO
LENITIVO, IDRATANTE
E ANTISETTICO

CON
ALOE VERA - BERGAMOTTO
TEA TREE OIL - CALENDULA

WWW.FLUIDOPET.COM


FLUIDOPET®
NATURAL COSMETIC FORMULA

*Basta preoccupazioni!
gioca pure quanto vuoi*



REALIZZA UNA PAGINA DI RINGRAZIAMENTO

che eviti il recesso dall'acquisto

FRANCESCO CARUCCIO

Spesso l'acquirente, dopo aver acquistato sul tuo eCommerce, ci ripensa e chiede un rimborso: ecco come evitarlo

Oggi ti voglio parlare della pagina di ringraziamento, conosciuta come *thank you page*. Una pagina importantissima perché il cliente, dopo aver acquistato sul tuo sito eCommerce, proverà probabilmente quello che viene chiamato "il rimorso del compratore". Si tratta di una reazione piuttosto diffusa, che solitamente trova la sua maggior espressione nell'acquisto di beni molto costosi, come case, automobili o motocicli.

Ma si manifesta piuttosto spesso anche nell'ambito di altre categorie merceologiche che comportano spese minori.

O anche quando ci si trova davanti a due scelte che sembrano entrambe molto valide e si fatica a decidersi.

Non si tratta quindi solo di una questione economica, ma anche di quanto si è coinvolti emotivamente, se si ha o meno la sensazione di aver scelto bene, la percezione di aver fatto il migliore acquisto possibile per le proprie esigenze...

Se il tuo cliente non sarà convinto di tutto questo, allora è probabile che subirà il rimorso dell'acquirente: un morso allo stomaco che



PET WEAR COLLECTION



FILLISHION
MILANO



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



metterà in dubbio l'acquisto appena fatto e che si potrà tradurre in un ripensamento con una richiesta di rimborso.

Se non vuoi che il tuo acquirente ci ripensi, che torni indietro, che chieda un rimborso, è meglio evitargli il più possibile questa sensazione.

E puoi farlo anche grazie alla pagina di ringraziamento e alle comunicazioni (di solito tramite email) che il cliente riceverà da parte tua.

Ne consegue che è importantissimo fare in modo che questa pagina venga creata in modo impeccabile.

Il rimorso del compratore è un elemento riscontrato studiando la psicologia dei clienti e il loro comportamento quando acquistano online.

Come se, subito dopo l'acquisto, si pentissero e pensassero: *"forse non ho fatto bene a comprare questo prodotto?"*.

I motivi possono essere molteplici.

COME NASCE IL RIMORSO DEL COMPRATORE

I casi nei quali è più probabile che intervenga questo rimorso sono:

- se hai speso tanti soldi (o comunque se percepisci, in base alle tue possibilità e disponibilità economiche, di aver fatto un acquisto molto importante);
- se hai acquistato d'impulso, senza pensarci a sufficienza;
- se hai effettuato un acquisto spinto da tecniche di marketing e di vendita poco etiche;
- se hai acquistato spinto da quello che si chiama "funnel a pressione", ovvero una pagina di vendita che ti mette fretta e urgenza;
- se pensi che l'acquisto possa essere messo in discussione da familiari e amici;
- se in qualche modo viene messo in discussione il valore del prodotto;
- se hai acquistato con del denaro preso in prestito;
- se credi di aver fatto un acquisto non realmente necessario.

PERCHÉ SI CREA IL RIMORSO

In psicologia questo fenomeno viene associato alla dissonanza cognitiva.

Ma che cosa sarebbe?

Detto in poche parole, significa che per i motivi prima citati il cliente può entrare in uno stato di disagio.

Quindi tenderà a cercare sollievo da questo disagio tornando sui propri passi e annullando l'azione compiuta (in questo caso, l'acquisto).

Gli psicologi, nel rimorso dell'acquirente, identificano tre parametri per valutare quando sia facile o difficile innescare il fenomeno:

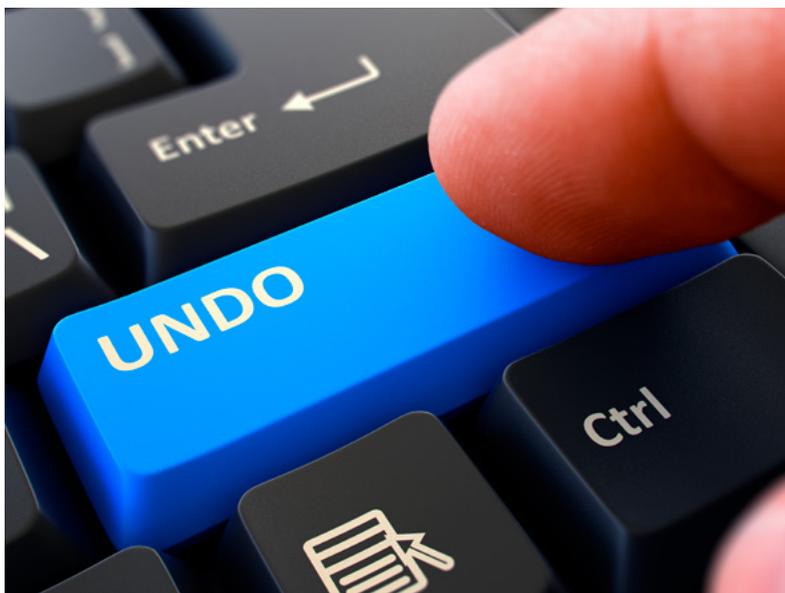
- sforzo;
- responsabilità;
- impegno.

Lo sforzo potremmo definirlo come l'insieme di risorse che impieghi per effettuare l'acquisto, in termini materiali, intellettuali, psicologici.

Più devi sforzarti in termini materiali, intellettuali e psicologici per effettuare l'acquisto, più è probabile cadere vittima del fenomeno.

La responsabilità possiamo spiegarla così: se non hai scelta, non proverai rimorso.

Se un cliente ha una vasta scelta, se ci sono mille marche diverse dello stesso prodotto, il fenomeno del rimorso ha più probabilità di manifestarsi.



Sensible Mini XS

HAPPY DOG
All you feed is love

Per **piccoli buongustai**
dalle grandi aspettative.

WWW.HAPPYDOG.IT

Novità!



- Per cani **fino a 5kg di peso**
- **Design** accuratamente studiato
- **Deliziose ricette** altamente digeribili
- Alimento super premium con **materie prime di alta qualità**

Con
crocchette
extra-small



L'impegno è la quantità di cose che devi fare dopo aver acquistato il prodotto. Più cose dovrai fare, più è possibile che compaia il rimorso del compratore.

In generale, se questi tre parametri vedono il verificarsi delle condizioni definite a "bassa ricompensa", quindi se mi sforzo tanto, se ho troppa responsabilità e ci metto molto impegno, è più facile che si generi disagio e rimorso per l'acquisto fatto.

Il rimorso del compratore è un elemento riscontrato studiando la psicologia dei clienti e il loro comportamento quando acquistano online

VALUTAZIONE DEL RIMORSO

La seguente scala è stata creata dagli studiosi Sweeney, Hausknecht e Soutar per valutare la dissonanza cognitiva (e dunque il rimorso).

Si divide in tre grosse categorie:

1. EMOZIONALE

- Ero disperato.
- Mi sono risentito.
- Ero deluso da me stesso.
- Mi sentivo spaventato.
- Mi sentivo vuoto.
- Mi sono sentito arrabbiato.
- Mi sentivo a disagio.
- Sentivo di aver deluso me stesso.
- Mi sono sentito infastidito.
- Mi sentivo frustrato.
- Provavo dolore.
- Mi sentivo depresso.
- Mi sentivo furioso con me stesso.
- Mi sentivo male.
- Ero in agonia.



2. SAGGEZZA DELL'ACQUISTO

- Mi chiedo se ho davvero bisogno di questo prodotto.
- Mi chiedo se avrei dovuto comprare qualcosa.
- Mi chiedo se ho fatto la scelta giusta.
- Mi chiedo se ho fatto bene a comprare questo prodotto.

3. PREOCCUPAZIONE: È STATO UN AFFARE?

- Mi sono chiesto se sono stato ingannato.
- Mi sono chiesto se mi avessero raccontato una bugia.
- Mi sono chiesto se c'era qualcosa di sbagliato nell'accordo che avevo ottenuto.

Sono tutte domande che gli acquirenti si pongono in parte – o, in alcuni casi, anche tutte – mentre stanno decidendo, oppure sono sensazioni che stanno provando.

Le vendite non sono tutte uguali. Quelle che avvengono con queste sensazioni sgradevoli, sono la causa della dissonanza cognitiva e che creano il rimorso dell'acquirente.

LA CONFERMA DI ACQUISTO PUÒ RIDURRE IL RIMORSO?

Secondo Ronald. E. Milliman e Philip J, Decker, dell'università del Kentucky, sì. Se realizzata nel modo corretto.



DESIGN: OFFICINA GRAFICA.IT

CAMERA IN VILLA? IO PREFERISCO LA MIA BARAKA



NUOVA CUCCIA BARAKA IL FUTURO È LA PLASTICA RICICLATA

Con Baraka, MPS trova il giusto connubio tra design, sostenibilità e praticità d'uso. Realizzata interamente in plastica da post-consumo e dalle linee completamente attuali, è facile nell'assemblaggio. Inoltre la confezione, compatta e "salva-spazio", ottimizza il suo inserimento in ogni ambiente.



VIDEO
Video for Baraka using



Nella loro ricerca “*The Use of Post-Purchase Communication to Reduce Dissonance and Improve Direct Marketing Effectiveness*”, pubblicato già nel 1990, si parlava già di post-acquisto e di conferma di acquisto.

Nel loro studio, visto l'anno di pubblicazione, ancora non si citava l'eCommerce ma venivano già menzionate le email e si trattava di vendita con il marketing a risposta diretta e spesso per corrispondenza.

Ma quei concetti sono tuttora validi.

Vediamo allora come ridurre significativamente il rimorso dell'acquisto, grazie ad alcune tecniche collaudate e testate.

TECNICHE PER LIMITARE IL FENOMENO NEGATIVO DEL RIMORSO NEL CLIENTE

La prima cosa in assoluto che ti consiglio di fare è di realizzare una pagina di ringraziamento personalizzata e migliorata.

Hai presente la classica *thank you page*, no? Con una frase preconfezionata che ringrazia per l'acquisto e spesso anche una colonna aggiuntiva con il riepilogo di cosa hai comprato o quanto hai speso.

Ma questo non basta. Possiamo anche includere:

- informazioni sulla qualità del prodotto (spesso una pagina creata *ad hoc* che spieghi come i prodotti vengono creati e selezionati, è utile);
- un coupon sconto, da utilizzare la volta successiva. Anche se io al coupon sconto preferisco una politica di punti fedeltà, in particolare se parliamo di prodotti consumabili o acquistati regolarmente. In questo caso preferisco ricordare quanti punti ha accumulato l'acquirente con l'ultimo acquisto e quanti ne ha in totale, in modo che torni a comprare da me;
- inserire guide e tutorial. Se il tuo prodotto richiede spiegazioni e informazioni aggiuntive, riportarle nella pagina di ringraziamento è utile;
- ribadire caratteristiche pregiate e benefici del prodotto, ricordando quindi al cliente che ha fatto la scelta migliore possibile per le sue esigenze specifiche;
- inserire un ringraziamento personale per l'acquisto in formato video;
- dare la possibilità di iscriversi alla tua newsletter o ad altre liste con contenuti e comunicazioni interessanti per i tuoi clienti;
- inserire un programma referral, ovvero fare in modo che la persona inviti altri amici e familiari ad iscriversi al sito. Non solo in questo modo potrai prevenire il rimorso dell'acquisto, ma incrementerai, a fronte di un regalo o un vantaggio, la lista dei tuoi potenziali clienti futuri;
- inserire un sondaggio: puoi, alla fine del processo di acquisto, fare alcune domande che ti aiuteranno a capire come migliorare;
- condividere sui social. Questo è uno dei modi migliori per “confermare” l'acquisto nella mente dei tuoi clienti: *L'ho acquistato e in più “me ne vanto” sui social*. Difficilmente tornerà indietro, smentendo sé stesso e l'acquisto vantato in pubblico.

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. segretiecommerce.it - blufrank@segretiecommerce.it





*La magia del **Natale**
La bellezza di viverlo insieme a loro*



Scopri tutta la collezione natalizia su
camon.it

CAMON
We love pets

OTTIMIZZA LA TUA PAGINA FACEBOOK



e spingi i tuoi clienti alla fedeltà eterna al tuo pet shop

SILVIA MARINI

Cinque consigli da mettere in pratica subito per trasformare Facebook in un vero elisir d'amore per attirare e fidelizzare i clienti per sempre

Ottobre... le vacanze sono finite e questa rubrica ha ormai diversi mesi alle spalle. Alcune dritte magari ti sono sfuggite, procediamo quindi a un recap per iniziare il periodo autunnale al meglio! In questo numero voglio parlarti di come migliorare la tua pagina Facebook seguendo dei pratici consigli da mettere subito in pratica.

1. CREA UNA STRATEGIA IN LINEA CON GLI OBIETTIVI AZIENDALI

Abbiamo più volte affrontato la questione: senza una strategia e degli obiettivi ben chiari, non si va da nessuna parte. È un po' come quando hai intenzione di metterti a dieta... Di quanto vuoi dimagrire? Quale peso ideale vuoi ottenere e in quanto tempo? Se vogliamo raggiungere la forma ideale, ma non sappiamo di quanto, come riusciamo a calcolare se l'abbiamo raggiunta, se ci siamo avvicinati o se siamo del tutto fuori strada?

La stessa regola vale per tutte le altre questioni, e il marketing non fa eccezione. Certo, l'obiettivo di qualunque azienda è quello di aumentare le vendite, lo scontrino medio e avere nuovi clienti. Ma questo non basta! Dietro ogni obiettivo primario ce n'è sempre uno secondario. Perché vuoi aumentare i clienti? Magari vuoi qualcosa in più per te e la tua famiglia oppure vuoi far conoscere il più possibile il tuo negozio o magari devi pagare le rate del mutuo... Voglio farti riflettere su questo aspetto secondario.

Qualunque sia il tuo obiettivo finale, è a questo che devi mirare. Fare strategia di marketing ti porterà a intraprendere un percorso che ti stimolerà a realizzare il tuo obiettivo e a sentirti bene una volta che lo avrai raggiunto.

Se pensi solo ad aumentare il fatturato e ti fermi lì, non sarai mai abbastanza motivato e vedrai tutti i tuoi sforzi come uno spreco di tempo.



enjoy life with

bama  pet

Mia pet



ama il tuo migliore amico

Abbiamo chiarito che gli obiettivi che andrai a delineare saranno due: uno primario e l'altro secondario (che sarà di valore per te e verso il quale dovrai orientarti).

Ma non basta individuare i due obiettivi. Dovrai scriverli nella formula SMART.

Si tratta di un acronimo che sta per "Specifico, Misurabile, Attuabile, Realistico, Tempificato".

Esempio. Se il tuo obiettivo è "Voglio aumentare le interazioni sulla mia pagina Facebook del 20% entro fine anno 2021" puoi già capire che questo traguardo possiede tutti gli elementi della formula SMART.

È specifico in quanto è scritto nei minimi particolari; misurabile perché contiene di quanto vuoi incrementare le tue interazioni; è tempificato poiché ha una data di scadenza ed è attuabile e realistico: non è troppo distante dalla tua realtà ma allo stesso tempo non è né troppo semplice da realizzare né troppo difficoltoso, è stimolante quel tanto per renderti motivato a raggiungerlo. Questo potrebbe rappresentare un valido obiettivo nel caso la tua pagina Facebook fosse già avviata da tempo.

Ma se tu l'avessi appena aperta, come potresti aumentare le interazioni in così poco tempo? Non sarebbe più realistico, dovresti modificare il tuo obiettivo rispetto alla tua situazione attuale e crearne uno che ti possa portare da un punto A a un punto B e quindi al traguardo che desideri.

Per creare i giusti contenuti dovrai capire per quale motivo i tuoi potenziali follower sono sui social

Dopo aver focalizzato i tuoi obiettivi, non basterà scriverli su un foglio. Dovrai sempre tenerli in vista. Dovrai, in pratica, averli sempre con te. E più li vedrai, più ti focalizzerai nel raggiungerli. Una volta individuati, allora sarà possibile modularli in una strategia di marketing. Questo argomento, nello specifico, lo affronteremo nel prossimo articolo... per ora ti basta sapere che dovrai creare la tua strategia in base alle esigenze delle persone che ti seguono.

La strategia dovrà essere poi concretizzata in un piano editoriale che scandisca cosa andare a pubblicare sulla tua pagina, in quale giorno e orario.

Ti sarà utile per capire l'alternanza dei formati da andare a realizzare. Per fare questo, come abbiamo detto e sottolineato più volte, dovrai pubblicare il messaggio giusto, rivolto alle persone giuste, nel momento giusto.

2. MONITORA QUANTE E QUALI INTERAZIONI RICEVI

Se, dopo aver pubblicato i tuoi post ricevi apprezzamenti (like, abbracci o cuori e commenti positivi) vuol dire che hai una community attiva di persone in target e quindi ben profilate che ti seguono e apprezzano quello che fai.

Se, al contrario, hai commenti negativi e pochi like o cuori (o quasi inesistenti), allora dovrai rivedere la tua comunicazione e capire se chi ti segue è in target con la tua attività o meno.

3. SII CONSAPEVOLE DI QUANTI E DI CHE TIPO DI CONTENUTI PUBBLICHI A SETTIMANA

Hai un piano editoriale e un calendario? Vari spesso i contenuti e tieni delle rubriche?

Ad esempio, il lunedì esce sempre un articolo di approfondimento; il mercoledì un sondaggio



su quale contenuto le persone che ti seguono vogliono ricevere la prossima volta; il venerdì una promozione o una scontistica di un prodotto particolare? Se ti accorgi che, alle poche interazioni, si aggiunge il fatto che pubblichi solo post autoreferenziali, anche in questo caso devi ristrutturare la tua strategia (o crearne una se ancora non ce l'hai).

Per farlo, analizza i casi di successo della concorrenza e, se anche la pagina del tuo competitor si comporta come la tua, allora, per esempio, potresti entrare nei gruppi Facebook e analizzare ciò che pubblicano le persone. Capirai quali sono i loro dubbi e problemi e potrai andare a risolverli creando dei post *ad hoc* sulla tua pagina.

4. PIANIFICA DELLE CAMPAGNE PROMOZIONALI

Se vuoi utilizzare realmente Facebook come risorsa strategica per il tuo negozio, pubblicare solo contenuti e monitorare le reazioni che ricevi non basta. Nell'ambito del marketing queste reazioni sono definite *vanity metrics* - o "metriche di vanità" - proprio perché danno puro piacere quando le ricevi e ti gratificano momentaneamente.

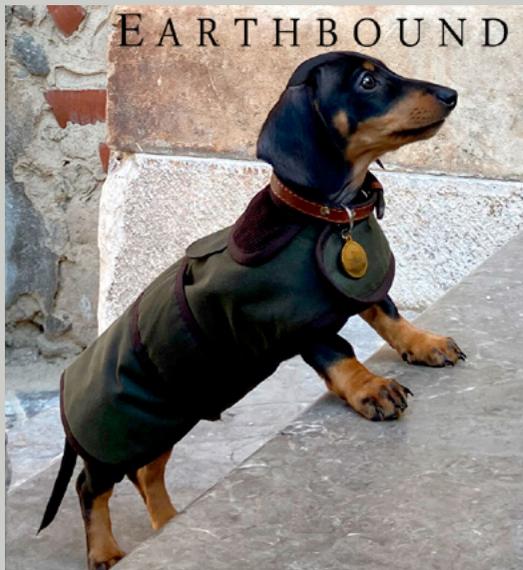


Ma un business non è fatto di una manciata di like. È utile comprendere quante e quali reazioni ricevi, ma se rimani focalizzato solo su queste metriche, Facebook non farà vedere tutti i tuoi contenuti ai tuoi follower ma solo a una parte. Questo per due motivi.

Da un lato, perché Facebook guadagna dalla tua pubblicità; dall'altro, perché ogni persona crea quotidianamente dei contenuti sul proprio profilo personale e la home è la stessa per tutti. Quindi i tuoi contenuti andranno a finire nella home del profilo di queste persone che hanno deciso di seguire te, altre pagine, amici e gruppi.

Vien da sé che la visibilità di ogni contenuto si riduce e, per raggiungere i tuoi fan, devi creare delle campagne mirate (capendo come fare, altrimenti rischi di sprecare il tuo budget, invece di investirlo).

Infine, un ultimo punto molto importante.



Solo nei
migliori

Pet Shop

O SU

delashop.it

per informazioni
info@delashop.it



5. RICORDA CHE LA TUA PAGINA FACEBOOK NON È LA VETRINA DEL TUO NEGOZIO

È vero, devi sfruttare la tua pagina per aumentare la visibilità e le vendite del tuo negozio, ma questo è un obiettivo indiretto. Su Facebook, abbiamo detto già più volte, le persone ci sono per svariati motivi:

- per divertirsi, cercando, visualizzando e leggendo contenuti comici e che li facciano sorridere dopo una giornata stressante;
- per informarsi con contenuti di approfondimenti riguardo i loro hobby o interessi;
- per formarsi e migliorare la propria competenza professionale.

Dovrai comprendere per quale motivo le persone che dovrebbero seguirti - i tuoi potenziali follower, in pratica - sono sui social e successivamente creare per loro dei contenuti mirati. Dovrai far capire che sei un negozio di animali e che da te potranno trovare i prodotti di cui hanno bisogno.

Ma per fare questo dovrai spiegare come puoi essere loro di aiuto.

Dovrai dar loro un motivo per seguire il tuo pet shop e non gli altri, mostrando in cosa sei differente (e migliore).

“Eh, ma come faccio?”... starai pensando.

Non dico che sia facile, ma potresti iniziare da una tua semplice sensazione (seguita poi da una strategia specifica). Sicuramente anche tu segui qualcuno sui social: perché lo fai? Cosa ti attrae di quella pagina? Cosa ha di diverso rispetto agli altri? E quando leggi i suoi contenuti, cosa ti lasciano di buono? Cosa ti spingono a fare? Ecco, se trovi le risposte a queste domande, riuscirai a trovare anche quelle del perché dei tuoi follower.

E come fai a capire se funziona? Beh, analizzando i 3 punti descritti nel paragrafo precedente e ottimizzando di volta in volta i contenuti. Cambiando quelli che non ricevono attenzione con altri più allettanti e, quando avrai una fanbase attiva, chiedendo loro dei pareri rispetto a quello che pubblichi e se sei realmente utile.

Un business non è fatto di una manciata di like

Tutti questi consigli sono applicabili fin da subito, ma se vuoi davvero una cartina tornasole di quali siano i migliori contenuti da pubblicare sulla tua pagina, chiedi ai tuoi più fedeli clienti in negozio. Informati su cosa pensano di te e di ciò che fai, perché ti hanno scelto e come hai risolto loro dei problemi. Poi trasforma tutto questo nelle azioni descritte in questo articolo.



**SILVIA
MARINI**

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

Ora sai che:

- è fondamentale avere una strategia e un piano editoriale per la riuscita della tua pagina;
- pubblicare i post con il solo organico (e quindi non a pagamento) non farà decollare la tua azienda online;
- la tua pagina Facebook non deve essere una vetrina del tuo negozio, ma un luogo in cui le persone possano riconoscere il tuo valore.

Non perderti il prossimo contenuto! Ci focalizzeremo sugli aspetti pratici per creare una strategia per i tuoi canali social (senza sprecare il tuo tempo).

LEONARDO®
CAT FOOD

Vieni a trovarci nel padiglione 30
stand B73-B77



ZOOMARK 2021
INTERNATIONAL
10.11 > 12.11 2021
BOLOGNAFIERE -ITALY

*Il motivo in più
per bere di più!*



- Supporta l'assunzione di acqua
- Ideale come aggiunta all'alimento secco

*Sei
curioso?*

LEONARDO®
Drinks

it.leonardo-catfood.com
0049 2862 581 197



COME GESTIRE I PRESTITI BANCARI

senza commettere sbagli e farsi autogol

GIUSEPPE DI DOMENICO

Hai chiesto un prestito bancario? Impara a gestire e amministrare al meglio le nuove risorse depositate sul tuo conto

So bene che se hai chiesto un finanziamento in banca per il tuo pet shop hai già un'idea di come servirtene ma forse, quello che non sai, è che ci sono delle modalità per gestire in maniera più efficace la liquidità ottenuta attraverso i prestiti bancari alle imprese. O almeno per farli rendere al massimo e migliorare l'equilibrio finanziario della tua azienda. Ci sono modalità che magari non hai mai preso in considerazione fino ad oggi, che possono rivelarsi valide soprattutto quando la congiuntura economica non è poi così favorevole all'attività d'impresa e il prestito potrebbe non bastare.

LO SPETTRO DEL LOCKDOWN

Quale momento migliore per affrontare questo argomento, se non la fine dell'estate post lockdown, quando tutti gli imprenditori si stanno probabilmente preparando a vivere uno dei peggiori autunni della loro carriera?

Forse anche tu hai registrato un pesante crollo del fatturato durante i mesi di chiusura e nei mesi successivi gli affari non hanno avuto una ripresa poderosa, quindi la migliore strategia che hai potuto realizzare è stata quella di ricorrere a un prestito bancario garantito dallo stato.

Anche se è una magra consolazione, sappi che non sei solo in questo pantano.

Quando cala il fatturato e la liquidità scarseggia, la soluzione più comune per ovviare al problema è ricorrere ai prestiti bancari.

Si tratta di una misura d'emergenza - che permette di traghettare l'impresa temporaneamente - alla quale nessuno può sottrarsi, quindi è giusto "prendere" ciò che le banche possono offrire.

Basta non fermarsi a questo.

QUEL BRUTTO VIZIO DI USARE IL PRESTITO PER COPRIRNE UN ALTRO

Il vero problema dell'indebitamento non è il suo aumento, ma l'utilizzo che ne viene fatto.

Spesso infatti i fondi provenienti dalle linee di credito e dai prestiti bancari a breve termine



Unica Fonte
Proteica Animale
Disidratata!

ANIMAL
**MONO
PROTEIN**
Formula



Il Valore della Semplicità

Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain è una linea di alimenti completi e bilanciati, formulati con una sola fonte proteica animale disidratata, per una ricetta chiara ed essenziale, e un solo cereale nobile di alta qualità come il riso. È integrata con Beta-glucani e realizzata con un'innovativa ricetta di Superfood della tradizione Mediterranea: Canapa, Olio d'Oliva, Pomodoro, Melagrana, Broccolo e Cicoria. La sua ricetta è senza grasso di pollo, frumento, soia e mais aggiunti, ed è preservata solo con antiossidanti naturali. Ricette formulate per l'alimentazione quotidiana del tuo cane, specifiche per ogni fascia di età, per stile di vita e soprattutto suddivisa per taglia: Small (per cani fino a 10 kg di peso), Medium (da 11 a 30 kg) o Large (per i nostri amici oltre i 30 kg).

Get Social
www.exclusion.it

Exclusion[®]
Mediterraneo Monoprotein Formula

vengono usati nella maniera sbagliata (le risorse finanziarie non producono rendimenti sufficienti nemmeno a ripagarne il costo) e/o utilizzati per investimenti senza ritorno.

Pensa a quando usi il prestito bancario appena ottenuto per coprire un altro finanziamento bancario o a quando con i soldi del fido di cassa compri un'attrezzatura che poi non sfrutti o ancora a quando ti indebiti per comprare un magazzino troppo grande che resta inutilizzato per metà.

Nel momento in cui aumenti il tuo rischio imprenditoriale aumentando il debito, attraverso la richiesta di nuovi finanziamenti bancari che dovrai restituire, devi cercare di usare quelle somme nella maniera più efficace possibile.

Dovrai quindi massimizzare il rendimento degli investimenti, quantomeno il rendimento atteso. In questa circostanza, quando parlo di investimenti, non mi riferisco al senso proprio del termine, ma a qualsiasi modo in cui decidi di utilizzare i prestiti bancari appena ottenuti.

Troppo spesso mi trovo a parlare con imprenditori che si indebitano ma non migliorano la condizione finanziaria della propria azienda, anzi la peggiorano, perché si mettono sul groppone più flussi di cassa in uscita a causa degli interessi e del capitale da restituire.

Ci sono svariati modi per gestire i soldi di un finanziamento bancario, ma in questo articolo voglio concentrarmi sulle modalità di utilizzo ottimale della liquidità ottenuta per migliorare la struttura aziendale.

PERCHÉ HAI CHIESTO IL PRESTITO?

Partiamo dal principio.

Nella stragrande maggioranza dei casi gli imprenditori richiedono i finanziamenti bancari quando sono sotto pressione per questi motivi:

- 1 non riescono a coprire tutte le uscite;
- 2 ci sono dei problemi da risolvere con i soldi;
- 3 devono ripagare dei debiti pregressi.

Questo li spinge a non prestare particolare attenzione all'utilizzo della liquidità ottenuta dai prestiti bancari perché di fatto viene usata come una "pomata", per alleviare la sofferenza del momento. Spesso, se la pressione è alta, l'imprenditore nemmeno si rende conto che firmando quel contratto



Il vero problema dell'indebitamento non è il suo aumento, ma l'utilizzo che ne viene fatto

si sta facendo carico di nuovi debiti da ripagare. E di sicuro non ha calcolato se può permetterselo.

E di solito, purtroppo, la nuova liquidità finisce per non produrre alcun reale vantaggio all'azienda.

Spesso infatti l'azienda si ritrova ancora più indebitata di prima, proprio perché ha aumentato i debiti nei confronti degli istituti di credito e non risolve i problemi che avevano motivato la richiesta del prestito bancario.

Li protrae solo un po' più avanti nel tempo.

IL RUOLO DELLE BANCHE

Questa dinamica distruttiva si ripete più volte nel corso della vita dell'impresa, tanto è vero che, molto più spesso di quanto tu creda, il negozio va avanti così fino a quando le banche non concedono più credito.



Così facendo, infatti, la struttura finanziaria dell'azienda diventa via via più insostenibile, le banche se ne rendono conto e tirano i remi in barca prima che sia troppo tardi.

A un certo punto, non c'è garanzia statale che tenga, né emergenza sanitaria da affrontare, né rapporto di clientela da consolidare. La banca non è più disposta a puntare sul progetto imprenditoriale che stava finanziando, secondo un meccanismo definito "stop-loss" (letteralmente stop alla perdita), una strategia finalizzata a salvaguardare il capitale investito in un'attività finanziaria, nel caso in cui l'andamento andasse in direzione contraria alle aspettative iniziali.

Lo scopo di tale operazione quindi è semplicemente porre fine a una posizione che tende a perdere valore perché aumenta il rischio di insoluto.

Quando ti sobbarchi un nuovo prestito bancario devi fare i conti con la necessità di generare risorse sufficienti a coprire sia il rientro del capitale che il pagamento degli interessi delle spese e delle commissioni. Altrimenti è molto meglio evitare di aumentare il rischio d'impresa e concentrarsi sulla ristrutturazione delle posizioni debitorie esistenti.

I benefici temporanei del maggiore indebitamento rischiano di trasformarsi in gravi problemi permanenti.

L'inseguimento delle rate, degli interessi e delle altre spese accumulate è un gioco nel quale l'imprenditore perde sempre, iniziando talvolta a indebitarsi anche nei confronti dei fornitori, dei dipendenti e addirittura del fisco, con gravi conseguenze per la continuità aziendale e l'esplosione del debito a causa di sanzioni e interessi.

NON SPRECARRE I SOLDI OTTENUTI

Tutti i problemi causati dal debito sono riconducibili a un peccato originale, quello di non aver stabilito a priori come utilizzare le somme prese in prestito e non aver valutato la redditività degli investimenti che si vogliono fare.

Dal punto di vista tecnico-finanziario esistono 4 modi per sfruttare in maniera intelligente i soldi ottenuti con un prestito bancario:

- ① finanziare acquisti a condizioni migliori;
- ② finanziare nuovi investimenti
- ③ abbassare il costo complessivo dell'indebitamento;
- ④ ridurre l'indebitamento complessivo attraverso operazioni stragiudiziali.

Analizziamoli singolarmente.

1. FINANZIARE ACQUISTI A CONDIZIONI MIGLIORI

Uno dei modi migliori e più rapidi per massimizzare l'utilità dei finanziamenti bancari è quello di aumentare i margini economici, riducendo i costi d'acquisto.

Ad esempio, se i soldi ti servono per finanziare le spese correnti, quindi per produrre e vendere, puoi usare quei soldi ottenuti attraverso l'indebitamento per ottenere forniture a prezzi più vantaggiosi.

Per poterlo fare è necessaria un'indagine di mercato che ti permetta di diversificare le forniture cioè di cercare le migliori ai prezzi più convenienti.

2. FINANZIARE NUOVI INVESTIMENTI

Naturalmente i soldi possono essere utilizzati per finanziare nuovi investimenti in risorse e tecnologie riutilizzabili, che permettono di aumentare la marginalità nel breve periodo.

Cerca di usare il denaro in prestito per acquistare dei beni che rendano più di quanto costi il capitale ottenuto con il finanziamento e presta attenzione alla redditività del capitale investito e alla capacità dell'investimento di ripagare anche la quota capitale oltre agli interessi e alle commissioni.

È importante, quando scegli come allocare la tua liquidità, che valuti i tempi di rientro e il rischio connesso: ad esempio, se decidi di comprare dal tuo fornitore una nuova linea di trasportini e



letteriere, devi aver valutato a priori a quanti clienti potrebbe interessare e quali sono i margini che derivano dalla vendita di quei prodotti.

Se spendi tutto per i nuovi prodotti e non hai le risorse per finanziare l'acquisizione di nuovi clienti, hai fatto un investimento che non renderà mai e dovrai utilizzare altre risorse per riuscire a coprire il suo costo.

3. ABBASSARE IL COSTO COMPLESSIVO DELL'INDEBITAMENTO CORRENTE

Ogni linea di credito, ogni prestito bancario, ha un determinato costo e uno specifico margine di rischio, sia per te che per la banca.

Quando ottieni liquidità (magari a condizioni particolarmente vantaggiose) puoi usare queste risorse per coprire e chiudere le linee di credito più costose.

Le banche non possono obbligarti ad utilizzare i soldi in questo modo ma tu puoi valutare di farlo, se è funzionale alla tua strategia finanziaria. Devi però fare bene i tuoi conti, per evitare di restare fregato da qualche venditore di prodotti bancari senza troppi scrupoli.

Occorre studiare quanto costa la linea di credito, di che tipo di debito si tratta e qual è il grado di rischio che ti accolli con la concessione delle garanzie, per valutare se effettivamente è un'opzione che può fare al caso tuo.

Per esempio, potresti abbattere la quota capitale delle linee a revoca e quindi generare meno spese per interessi e commissioni.

Ma potresti anche stabilizzare i flussi di cassa in uscita, usando la liquidità per coprire determinate tipologie di indebitamento che portano a degli sbalzi di liquidità, come ad esempio utilizzare il debito bancario per coprire delle linee revolving come quelle che si usano per l'acquisto del magazzino.

4. RIDURRE L'INDEBITAMENTO COMPLESSIVO ATTRAVERSO OPERAZIONI STRAGIUDIZIALI

Se dai tuoi calcoli (o da quelli fatti dal tuo direttore finanziario) tutto questo non dovesse bastare e l'indebitamento dovesse comunque risultare insostenibile, puoi ragionare sulla riduzione del debito mediante operazioni di ristrutturazione stragiudiziale dei prestiti bancari.

Bada bene, non ti sto parlando di quelle operazioni di consolidamento debiti che normalmente prova a riflarti il direttore di banca a caccia di bonus o il mediatore creditizio non professionale che vuole solo incassare la sua commissione.

Quelle sono operazioni che avvantaggiano gli istituti di credito ma che portano molti svantaggi a te come cliente, e che quindi devono essere valutate con molta attenzione di volta in volta.

Parlo invece di operazioni di saldo e stralcio, con le quali vai ad abbattere il capitale da restituire, sia nei confronti degli istituti di credito, sia nei confronti di alcuni fornitori con i quali magari hai accumulato dei debiti.

Utilizzando in questo modo la liquidità ottenuta, riduci di fatto il debito complessivo e contestualmente migliori la struttura finanziaria della tua azienda, perché migliora il rapporto tra il debito e il capitale investito.

MA QUALE VIA È LA MIGLIORE PER IL TUO NEGOZIO?

Questa scelta deve essere valutata con molta attenzione. Devi analizzare i numeri e il rapporto costi/benefici delle diverse opzioni che ti ho elencato con il supporto di un esperto di finanza





aziendale operativa, non di un mediatore creditizio né del tuo direttore di banca. Una persona che sia in grado di capire quali sono le implicazioni per la tua azienda delle diverse soluzioni che puoi adottare.

Quindi il mio consiglio è di consultare un professionista qualificato che sia in grado di aiutarti in questo processo decisionale, capace di fornirti un approccio integrale di competenze per affrontare tutti i problemi finanziari della tua azienda, a prescindere dallo stato in cui si trova in questo momento. Questo processo si deve basare su tre pilastri fondamentali: la verifica dei numeri della tua impresa e della tua situazione debitoria; l'elaborazione della corretta strategia per risolvere il problema e rimettere in equilibrio l'azienda; il tuo affiancamento durante tutto il percorso, fino a ottenere i risultati desiderati.

A questo punto la scelta è tua.



**GIUSEPPE
DI DOMENICO**

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

LE RICETTE ITALIANE MONOPROTEICHE PER CANI ADULTI



**MONO
CHICKEN**
Digestion Care

**MONO
LAMB**
Sensitivity Care

**MONO
FISH**
Skin&Coat Care



MONO

DISPONIBILE
IN CONFEZIONI
da **2 kg** e **12 kg**



SAI COSA È LA S.A.D.A.E.

che ti distrae quando lavori?

CRISTINA MANDAGLIO

Esiste una "falsa" malattia che colpisce la maggior parte degli imprenditori senza che loro se ne accorgano. Ma ha un impatto enorme sulla loro attività: la S.A.D.A.E.

Non di solo Covid può ammalarsi un imprenditore. C'è un'altra malattia, molto pericolosa, perché è invisibile a qualsiasi occhio e anche al microscopio. Senza che tu te ne renda conto te la sei presa.

Non sto parlando del *burn out* o altre malattie legate allo stress, sto parlando della S.A.D.A.E. *Sindrome da Attenzione Deficitaria Attivata dall'Età*.

Fortunatamente questa malattia NON esiste a livello ufficiale.

O meglio. Esiste una forma clinica conosciuta come disturbo da deficit di attenzione e iperattività. Ma quasi ogni imprenditore che conosco soffre di questa simpatica falsa malattia chiamata S.A.D.A.E.

Forse non dovrei chiamarla FALSA perché ogni imprenditore, cioè ogni persona che gestisce un'azienda, tende a comportarsi come se ne fosse affetto.

Il suo comportamento "malato", di conseguenza, si riflette su TUTTA la struttura organizzativa dell'azienda.

Adesso ti spiego in generale come si manifesta.

UNA TRANQUILLA GIORNATA DI S.A.D.A.E.

Poniamo il caso tu decida di mandare una email per chiedere il preventivo a un nuovo fornitore.

Una volta aperto il browser di posta elettronica vedi che c'è la email del tuo commercialista che ti sollecita l'invio di alcune ricevute per procedere con i suoi conteggi. Decidi quindi di alzarti e andare a prenderli, prima di dimenticarti, per metterteli in borsa e portarglieli al più presto.



Regali di Natale

2021 *Christmas presents*



Visita il sito e scarica il
catalogo natalizio

Scopri l'assortimento completo
dei prodotti dedicati al Natale.





Mentre ti avvii verso il cassetto con le ricevute nel piccolo ufficio nel retro del tuo pet shop, vedi che un cliente ha lasciato una busta di crocchette sopra lo scaffale dei giochi di gomma per gatti. Prendi la busta di crocchette e ti dirigi verso la zona food per rimetterla a posto.

Ti ricordi che devi anche cambiare il cartello con le nuove offerte per una particolare marca di crocchette e visto che sei già diretto là appoggi un attimo da qualche parte la busta di crocchette e torni verso il tuo ufficio così prendi le ricevute e stampi anche il nuovo cartello.

Mentre ti avvii verso l'ufficio trovi su un ripiano gli occhiali da vista che è tutta la mattina che stai cercando.

Decidi di metterteli subito in borsa per non perderli di nuovo.

Mentre cerchi la borsa, con la coda dell'occhio improvvisamente vedi un vigile che passa davanti al tuo negozio. Hai parcheggiato bene la macchina? Ti sembra di sì, ma per sicurezza decidi di uscire un attimo a controllare.

Hai bisogno delle chiavi della macchina, ti infili al volo gli occhiali in tasca e fai una corsa in ufficio a prenderle.

Prendi le chiavi e ti affretti verso la porta d'uscita. Non vedi più il vigile però ti accorgi che nella cassetta delle lettere ci sono alcune buste. Le prendi e le scorri una ad una. Ce n'è una della banca.

La apri, ma per leggerla ti servono gli occhiali. Dove li hai appoggiati?

Mentre torni nel negozio a cercare gli occhiali vedi che il sacchetto della pattumiera è pieno e decidi di cambiarlo. Vai verso il magazzino.

Arrivato in magazzino un cattivo odore nell'aria ti fa tornare in mente che devi telefonare al padrone dell'immobile per farti risolvere il problema dell'umidità.

Prendi il cellulare per chiamarlo, e vedi che forse avevi la suoneria abbassata perché nel frattempo ti ha chiamato la scuola di tua figlia e non hai risposto.

Richiami ma è occupato. Richiamerai tra qualche minuto.

Ma che sei venuto a fare in magazzino?

Conclusione:

- sono trascorse due ore;
- non hai spedito la email al fornitore;
- non hai trovato le ricevute per il tuo commercialista;
- c'è una busta di crocchette per gatti dimenticata da qualche parte;
- il cartello con le offerte scadute è ancora lì e nessuno lo ha sostituito;
- probabilmente hai preso una multa per divieto di sosta;
- non hai letto la lettera della banca;
- non hai chiamato per risolvere il problema dell'umidità nel magazzino;
- il sacchetto della pattumiera è ancora pieno;
- non hai scoperto il motivo della chiamata della scuola di tua figlia;
- non trovi più nemmeno i tuoi occhiali e ora che ci pensi... dove diavolo hai appoggiato le chiavi della macchina?

Ti fermi a pensare: *come può essere?*



NATURAL INSTINCT

**ZERO
CEREALS**



100%
NATURAL

70%
ANIMAL
ingredients

30%
VEGETABLES
herbs and fruits



**HOLISTIC PHILOSOPHY
HIGHLY FRESH MEAT**

Natural ingredients that respect the evolutionary origin of cats

MADE IN ITALY
Primordial
by Mister Pet
GRAIN FREE



Non hai fatto nulla tutta la mattina ma non hai avuto un momento di respiro... mah!

Decidi di fare una cosa e quando INIZI ne svolgi altre contemporaneamente, senza portare a termine quello che avevi deciso di fare.

NON ti confondere con il multitasking.

Qui si intende proprio avviare tante attività assieme perché vedi tante cose NUOVE di cui occuparti.

Di conseguenza spendi tantissimo tempo a svolgere delle micro-attività esterne senza prenderti cura di finire quello che avevi deciso di fare.

Scrivi pure su Google la parola S.A.D.A.E. e ti trovi una storiella carina su cosa sia questa finta malattia.

In effetti, se ora smetti di leggere questo articolo per andare a cercare su Google la parola "S.A.D.A.E." di fatto sei affetto da questa malattia. Anche se non sei in età avanzata.

Quindi rimani concentrato sulle pagine che stai leggendo adesso.

Questa "simpatica malattia" mi permette di parlare della vita quotidiana dell'imprenditore, che mentre svolge il suo lavoro è costantemente DISTRATTO da altre micro-attività e non porta mai a termine l'obiettivo che si era prefissato.

Ma non è colpa dell'imprenditore. Riguarda l'evoluzione della struttura base della sua azienda.

OGNI IMPRENDITORE È UN UOMO SOLO

Se hai un piccolo pet shop la tua struttura base è minima. Cioè quello che serve per stare in piedi nel mercato, intendo. Nella tua testa immagini che un domani la TUA attività diventi sempre più grande. Che fatturi di più. Che guadagni di più.

Sei sempre lì a pensare di far questo, di fare quell'altro. Di aggiungere pezzi su pezzi per far crescere il pet shop.

Questo atteggiamento è giustissimo. Non fa una piega.

Spendi tantissimo tempo a svolgere delle micro-attività esterne, senza finire quello che avevi deciso di fare

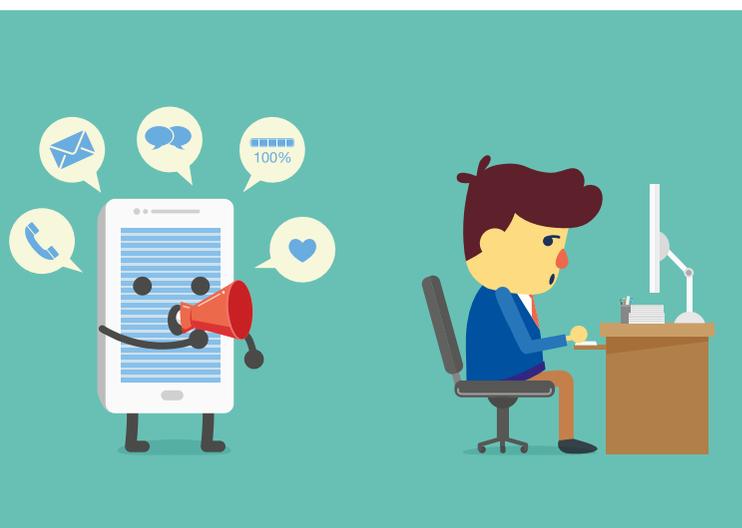
Il tuo pet shop pian piano cresce.

Assumi un dipendente, inserisci una linea di prodotti nuovi, rinnovi il sito web, stringi una collaborazione con un nutrizionista per cani, ti metti a scrivere un blog sui gatti, decidi di dedicare una zona del tuo negozio alla toelettatura. E avanti così.

Tutto questo in nome della CRESCITA del tuo pet shop, della tua azienda.

Giustissimo.

Il fatto è che a un certo punto non riesci più a seguire in prima persona tutto e tutti.



Nella tua testa hai una lista di attività da fare ma NON sai quale sia quella da fare prima.

Ricordati. Non è colpa tua.

Il fatto è che forse sei da solo a decidere. L'unico a pensare per il bene della tua azienda.

Ti ritrovi a gestire tutte le attività da solo.

Immagina solo di assumere una collaboratrice che si occupi della nuova zona toelettatura. Le devi fare il colloquio, farle capire qual è la tua filosofia aziendale, se ne hai una, e una volta inserita devi controllare (spesso) che la qualità del suo lavoro sia esattamente come quella che hai in testa tu.

Non perché la collaboratrice sia una tonta. Perché controllare tutto è diventato nel tempo un'abitudine.

Molto probabilmente a questo punto ti colpirà la sindrome da deficit di attenzione attivata dall'età. La S.A.D.A.E.

Qual è il modo per guarirne o evitare di esserne colpito?

ABBATTI LA DISTRAZIONE SE CI RIESCI

La risposta si annida nella risoluzione delle cause che ci portano alla distrazione, alla procrastinazione, alla difficoltà che abbiamo tutti noi imprenditori, ma non solo, nel definire una check list di cose davvero importanti e davvero urgenti da fare e poi nel seguirla rigorosi e concentrati come cyborg.

Lo scopo di questo mio articolo è farti un po' sorridere di questi *errori di sistema* che commettiamo un po' tutti e nello stesso tempo fartene prendere più consapevolezza. Così la prossima volta che ti metterai seduto deciso a occuparti della contabilità del tuo pet shop e dopo mezz'ora ti ritroverai con un martello in mano in cima a una scala con ancora fatture e ricevute che torreggiano sulla scrivania, potrai dire: *accidenti, di nuovo quella maledetta SADAE, devo scendere e finire quello che stavo facendo*".

Chiaramente servono professionisti con grandi competenze, esperienza e metodologie testate per imparare a venire a capo definitivamente di tutto ciò. Quello che io posso fare per te è suggerirti semplici *trucchi della nonna* per limitare un po' i danni.

(Ovviamente in questo momento sto parlando alla parte "imprenditore" di te, quella che si occupa di attività di business, non alla parte "negoziante"... "Buongiorno signora, come posso aiutarla?... ah una cuccia... vediamo... sì ecco questa è molto bella e la può tenere anche all'aperto"... perché do per scontato che tu non sia solito saltellare da un cliente all'altro senza alla fine servirne nessuno...).

LE PICCOLE AZIONI IMPORTANTI PRIMA

Dedica ogni sera una decina di minuti a decidere **quali sono le tre attività della durata massima di 5 minuti** che se svolte il giorno seguente ti daranno un risultato immediato e porteranno benefici reali alla tua attività (scrivere una email per sostituire un fornitore con uno migliore, fare una telefonata per proporre una partnership a un'attività commerciale affine alla tua, postare una nuova offerta sulla tua pagina Facebook...) e il giorno dopo non fare altro finché non le hai portate a termine. Riesci a stare concentrato almeno cinque minuti per volta?

Ovviamente l'ideale sarebbe riuscire ad arrivare a fine giornata essendosi occupati di TUTTO quello che è importante e urgente, ma spesso ci imbarchiamo in attività che richiedono tanto tempo (e spesso dallo scarso valore immediato) e che quindi sono più soggette a distrazioni, tralasciando

Prima di metterti a fare qualcosa pensa bene a quanto tempo potresti impiegarci



piccole attività più veloci ma forse di maggior valore... *“tanto poi ci metto cinque minuti”*.

Se non hai ogni giorno tre attività importanti che richiedono solo 5 minuti per essere portate a termine, puoi dividere in piccoli step attività più impegnative.

Tipo: se hai deciso di tenere in negozio una linea di cibo per rettili ma al momento non sai a chi rivolgerti, puoi dividere il compito in:

- Cercare su Google TUTTI i fornitori di cibo per rettili e copiare l'indirizzo web su un documento word.
- Visitare i siti web e decidere quale fa al caso tuo.
- Scrivere una email uguale per tutti, spiegando le tue esigenze.
- Inviare la email a tutti gli eventuali fornitori selezionati.
- Etc. etc.

Il compito *cercare un fornitore di cibo per rettili* affrontato tutto in una volta potrebbe richiedere molto tempo, durante il quale potresti essere facilmente distratto, fino a rimandare e rimandare e poi lasciar perdere.

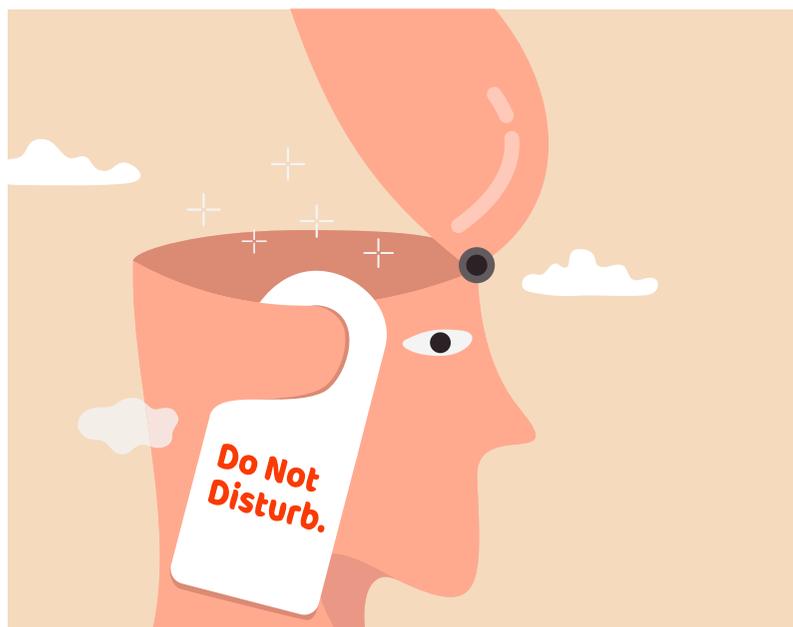
Ma molti piccoli compiti di 5 minuti l'uno affrontati sistematicamente ogni giorno ti porteranno invece infallibilmente al compimento del tuo progetto.

CREATI UN AMBIENTE DI LAVORO A PROVA DI DISTRAZIONI

Se devi scrivere una o più email importanti NON aprire il browser di posta elettronica ma scrivile prima su word e solo quando le hai terminate tutte copiale e incollale sul programma di posta che utilizzi. Questo ti impedirà di essere distratto da eventuali altre email in arrivo.

Prima di metterti a fare qualcosa pensa bene a quanto tempo potresti impiegarci e a tutte le cose che potresti aver bisogno di fare (utili a ciò che devi fare, o meno) durante quel lasso di tempo. Poi occupati di tutto prima di iniziare.

Esempio. **Prima di mettermi a scrivere** questo articolo ho valutato di impiegarci almeno un'ora e che una volta deciso l'argomento avrei voluto controllare online eventuali riferimenti medici o scientifici a quanto avrei scritto. Ho pensato anche che, durante quell'ora, avrebbe potuto chiamarmi lo stampatore per un problema che mi aveva accennato e forse si sarebbe svegliato mio figlio, a casa, per chiedermi di prendere una risma di carta dall'ufficio per la stampante. Probabilmente poi avrei avuto voglia anche di un tè.





**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 magazzino 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

Quindi, prima di mettermi a scrivere, ho fatto subito le ricerche che mi servivano, ho scritto io stessa allo stampatore dandogli le informazioni che voleva e dicendogli che lo avrei chiamato nel pomeriggio, ho messo vicino alla borsa una risma di carta da portare a casa e ho messaggiato a mio figlio per rassicurarlo che mi ero ricordata di lui. E alla fine mi sono fatta un tè.

Questo mi ha permesso di iniziare a scrivere avendo già disinnescato alcune cause di distrazione che avrebbero potuto innescare ulteriori minacce alla mia attenzione mentre lavoravo a questo pezzo (interrompendomi per fare ricerche su Google avrei potuto essere attirata da un link interessante che mi avrebbe portato su Amazon dove poi mi sarei potuta mettere a navigare e perdere tempo. Lo stampatore avrebbe potuto chiamarmi mentre stavo scrivendo, distraendomi, per buttarmi addosso altri problemi di cui mi sarei dovuta occupare. Se mi avesse chiamato mio figlio avrebbe potuto chiedermi di uscire dall'ufficio per procurargli altre cose e una volta fuori mi sarebbe potuto venire in mente che già che c'ero avrei potuto fare un salto a comprare altro che mi serviva per casa. Interrompendomi per farmi un tè avrei potuto notare alcuni documenti che mi avrebbero richiamato alla mente fornitori o clienti da contattare proprio in quel momento).

Ovviamente nulla mi potrà dare la certezza che mio figlio o lo stampatore non decideranno di chiamarmi comunque o che non ci saranno altri *attentati* alla mia attenzione, ma intanto ho fatto il possibile per ridurre queste possibilità di "moltissimo".

DELEGA TUTTO IL DELEGABILE

Un buon metodo per non farsi distrarre da niente mentre si sta facendo qualcosa è... farlo fare a qualcun altro.

Adesso io so già cosa ti è scattato immediatamente in testa.

- *Faccio prima a fare da solo.*
- *Lo spiego mille volte ma poi tanto non capiscono.*
- *Tanto poi viene fatto male e devo rimetterci le mani io.*

Ora, mentre sono SICURA che ci siano alcune attività che devono necessariamente essere svolte da te personalmente, sono altrettanto sicura che ce ne siano decine che potresti delegare a qualcun'altro.

Parlo proprio di INTERI aspetti della tua attività, che sia la contabilità, la presenza del tuo pet shop sui social, la manutenzione degli strumenti informatici, l'allestimento del negozio, etc.

Ti serve qualcuno che sappia che *quello* è solo *compito suo* e devi lasciare che se ne occupi rispettando i tempi e i modi che avrai avuto cura di dettagliare nei particolari, ma seguendo un percorso logico e operativo suo, che potrebbe non essere ESATTAMENTE uguale al tuo, ma *quasi*.

È proprio quel *quasi* che ti permette di decuplicare la tua efficacia occupandoti delle cose davvero importanti che realmente puoi fare solo tu e che ti mette un po' più al riparo dalla suddetta S.A.D.A.E.

Tutto di guadagnato.



DALL'AZIENDA MARKETING FIRST ALL'AZIENDA COMFORT FIRST

con le corrette strategie di marketing

EMILIO GERBONI

Il tuo pet shop può offrirti un discreto benessere economico. Che non sempre è legato al tuo benessere personale

Ci sono imprese di successo, in termini di profitti e margini, gestite egregiamente dal punto di vista marketing e finanziario. Ma come sono messe dal punto di vista del benessere?

Mi dirai che i CEO e i dirigenti staranno senz'altro bene, forse meno i dipendenti... soprattutto quelli in fondo alla catena.

Sinceramente, però, non sono tanto sicuro che quelli dei livelli alti se la passino sempre poi così bene.

IL MITO DELL'IMPRENDITORE

Troppe volte sento portare avanti il tormentone che il vero imprenditore sia un uomo di passione, con una carica fuori dal comune, che vuole spaccare il mondo, con l'energia per sollevare l'universo, sempre a caccia di nuove sfide e la forza di assumersi enormi e sempre crescenti responsabilità. E se non sei così, non sei un vero imprenditore.

Ora, è chiaro che per fare l'imprenditore è altamente consigliato non essere un idiota, perché bisogna sapersi muovere tra molte attività e possedere tante competenze (possibilmente possederle prima di aprire...).

Ma la stessa cosa dovrebbe valere per tutti i lavori: svolgerli con passione e vocazione dovrebbe essere la regola, non l'eccezione. E bisognerebbe anche smettere di prendersi in giro continuando a fare qualcosa solo perché si riceve approvazione dalle persone che ci circondano.

Quanti medici sono comparsi dopo che svariate serie TV (alla Dr House, E.R., Grey's Anatomy) hanno portato alla ribalta questa figura, conferendole ancor più prestigio di quanto già non avesse?

E quanti di questi aspiranti dottori si lanciano come incoscienti verso la "trappola" che li at-



tende completamente impreparati? Quanti hanno veramente la vocazione, ma che dico, la consapevolezza, di cosa li attende nella realtà del mondo del lavoro? Dal punto di vista statistico, approssimativamente, sarei ottimista e molto soddisfatto se corrispondessero al 10% di loro.

SCEGLI LA CARRIERA ADATTA A TE

Il problema è che se segui una carriera sulla scia del prestigio sociale, finirai per trovarti fuori dalla tua zona di comfort, dove rendi meno e con più difficoltà e stress, ma soprattutto sei frustrato e insoddisfatto.

Mollerai o morirai. Queste sono le favolose alternative.



Allora io mi chiedo: *che senso ha fare impresa se poi devi vivere male o, ancora peggio, smettere di vivere?* Se pure dietro ci fosse un fine etico, una missione in cui credi fortemente, che senso avrebbe se lavorare in negozio e per il negozio portasse sofferenza nella tua vita e in quella di altri o se non fossi più in grado di portarlo avanti perché distrutto? E le persone intorno a te, che lavorano per te, condividono la tua stessa mission oppure sono strumenti per un fine più grande nella tua testa? Se si ammalano o si esauriscono, li cambi come pile?

Negli ultimi anni la formazione imprenditoriale più “illuminata” ha portato alla ribalta il concetto di “azienda marketing first”.

Dunque, prima di analizzare l’espressione “azienda comfort first”, chiediamoci...

COSA SI INTENDE PER AZIENDA MARKETING FIRST?

L’azienda marketing first è un’impresa che dal punto di vista strategico organizza le sue attività, il suo modello di business e la sua struttura attorno al reparto marketing.

Al contrario delle aziende che vengono centrate classicamente sul prodotto - scenario tipico del contesto italiano - in questo approccio gli altri reparti fondano le proprie decisioni e azioni sulla base del reparto marketing.

A seguire, nel modello marketing first, si collocano il reparto finanziario, quello che si occupa dei numeri dell’azienda, e infine il reparto produttivo, che si occupa di prodotti e servizi. Secondo la linea di pensiero marketing first, il prodotto stesso nasce dal progetto di marketing e dalla possibilità di posizionarlo nella mente del cliente in modo differenziante rispetto alla concorrenza. Questo porta a rivolgersi solo a clienti in target che permettono all’azienda di mantenersi snella ed efficiente.

Ma come nell’ambito personale essere snelli ed efficienti non coincide *tout court* con la salute, così vale lo stesso per le aziende. Sicuramente sono due aspetti importanti che implicano la salute, ma l’anello mancante gerarchicamente superiore è proprio la salute in senso più ampio.

Nella società della performance, si crede che chi sia più performante stia meglio degli altri.

Non si dice che la salute viene prima di tutto? A parole sì, ma in pratica è il contrario, spesso considerata come l’ultima ruota del carro.

Diventa importante solo quando la perdi.

L’AZIENDA COMFORT FIRST

L’azienda comfort first è qualsiasi impresa, intesa come l’insieme delle persone che vi appartengono, che cresce e si espande all’interno della sua zona di comfort. Questo significa rimettere al centro l’umanità al posto della tecnica. Non significa non essere interessati al profitto. Il profitto è il cibo dell’azienda, e per questo deve essere sano. Un’azienda germoglia e cresce rigogliosa grazie al nutrimento che deriva dal profitto.

Del resto, è stata l’OMS stessa (Organizzazione Mondiale della Sanità) a definire la salute uno stato di completo benessere fisico, sociale e mentale, e non soltanto l’assenza di malattia o infermità, considerando la povertà uno stato di malattia.





COME FAI A SAPERE CHE LA TUA AZIENDA SI TROVA NELLA COMFORT ZONE?

Nella mia ricerca ho individuato degli indicatori, che considero dei KPI (Key Performance Indicators) come indicatori psicologici chiave e non di performance, che permettono di monitorare lo stato di benessere dal singolo fino ai sistemi più allargati come le aziende, appunto. Ho anche creato degli strumenti operativi che permettono di misurare quanto si è dentro o fuori dalla zona di comfort e di ricalibrare in modo scientifico la propria rotta.

Quello che è importante - e che ogni indicatore sottintende - è l'interesse per la soddisfazione dei bisogni dei singoli soggetti e del gruppo, evitando di trattare le persone solo come semplici macchine di cui amplificare le prestazioni.

A differenza delle *vanity metrics*, indici che servono solo a pompare il proprio ego piuttosto che a prendersi cura della propria impresa (come like, visualizzazioni o fatturato), gli indicatori psicologici chiave richiedono un ascolto sincero di come stai veramente, e di conseguenza di entrare in connessione profonda con te stesso e la tua realtà.

INDICATORI PSICOLOGICI CHIAVE

- **La familiarità** - rappresenta l'affinità e la solidità del team, inclusi clienti e fornitori. Tutto l'ecosistema è allineato e ognuno è collocato al posto giusto, interagendo con gli altri in modo costruttivo. La comunicazione è aperta e trasparente.
- **La controllabilità** - l'attività è automatizzata e rodada a sufficienza da sentirsi sicura, capace di gestire i rischi, con riduzione di situazioni fuori controllo e imprevisti, che comunque è capace di assorbire senza alterare il consueto flusso lavorativo. Non riguarda solo la gestione dei numeri, ma anche delle relazioni e delle transazioni interne ed esterne. C'è un piano di azione chiaro e condiviso e un'identità definita con i suoi confini.
- **La validità** - l'attività agisce con sicurezza dei suoi mezzi e chiarezza del suo valore, contestualizzando correttamente la realtà nella quale si muove e comunicando con assertività la sua identità.
- **La gioscosità** - il clima dell'attività è piacevole, favorevole all'espressione della creatività efficace (esiste anche una creatività non efficace). Si respirano al suo interno passione, leggerezza e divertimento.
- **La spaziosità** - il ritmo dell'attività è ben scandito e fluido, senza mai urgenza o fretta, né angoscia di non portare a termine un impegno. Il lavoro è ben distribuito nel suo carico, alla portata di chi lo deve svolgere. C'è sincronia tra reparti e l'energia viene rigenerata e non bruciata.
- **La mentalità** - l'attività ha una visione strategica coordinata in tutte le sue parti che mantiene la capacità di calibrazione rispetto ai cambiamenti del mondo esterno e agli altri indicatori della comfort zone. Ha la capacità di vedere e leggere la realtà per quella che è e sa muoversi di conseguenza per alimentare il suo stato di salute e integrità.

Forse quanto ti sto dicendo può apparirti un po' astratto, ma lo spazio a disposizione non mi permette di approfondire ulteriormente i concetti dei singoli indicatori. Tuttavia, più che mille parole, spesso è attuare il cambiamento in pratica che rende l'idea.



Ciò che contraddistingue l'utilizzo di questa visione è la costruzione di una cultura aziendale, qualsiasi siano le dimensioni dell'azienda stessa. Il tuo pet shop è di fatto una piccola/media azienda, che metta avanti le persone piuttosto che l'interesse. Ma se la salute è avanti a tutto, non si sacrifica mai per ottenere altro.

Questo porta a trattare bene le persone, cosa che solitamente quando accade non avviene per motivi di interesse verso le persone stesse, ma per renderle più produttive attraverso la manipolazione.

IL BENESSERE EMOTIVO IN TESTA

Le persone si lamentano della solitudine. Spesso anche gli imprenditori si lamentano di svolgere un lavoro solitario e incompreso, soli contro tutti.

Comfort first significa crescere in modo sano e armonico, dando primaria importanza all'aspetto emotivo dei soggetti coinvolti, generando circoli virtuosi, dove il profitto è subordinato alla salute, così come l'utile viene prima del fatturato.

Questo si traduce in un carico di lavoro su misura del personale e dei diversi stili, una divisione di ruoli che valorizza i talenti e le predisposizioni, una collaborazione piuttosto che competizione sia interna che esterna (il che non esclude un sano agonismo sportivo), integrazione, fluidità e flessibilità tra i vari reparti, sintonia e sinergia tra le persone e tanto altro.

Tornare a casa dopo il lavoro stando bene, senza essere esaurito o agitato per le cose che ci sono da fare e i problemi e le urgenze da risolvere, permette di affrontare tutto con entusiasmo e serenità. Lavorare non è più una guerra, ti senti al sicuro e desideroso di fare le cose con piacere.

Probabilmente è un processo di costruzione più lento, cauto e orientato alla protezione piuttosto che a diventare padroni del mondo o, peggio, a sopravvivere a stenti bloccati dalla paura, ma evita di fare il passo più lungo della gamba, che è quello che fa fallire molte aziende.

Mi dirai che sarebbe bello ma non è possibile da realizzare, specie in Italia, altrimenti lo avresti già fatto... ma la vita ti costringe ad adattarti. Ma se pensi che non si può realizzare, non dovresti proprio iniziare a fare niente.

“Siccome non si può costruire un'azienda sana, piuttosto ne creo una malata”

Ma è la stessa cosa che si può dire se non si conosce (bene) il marketing, che è impossibile costruire un'azienda marketing first. Tant'è che infatti chi lo conosce bene, proprio per questo decide giustamente di non partire con un progetto che non funzionerebbe. Per chi non sa come si fa, tutto è impossibile.

“Ma io ho già un'azienda strutturata, ormai è andata...”

C'è sempre tempo per muoversi verso la propria comfort zone, anziché continuare ad andare alla deriva.



**EMILIO
GERBONI**

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

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

**Una carriera scelta in base
al prestigio sociale ti renderà
frustrato e insoddisfatto**



ADDIO AL PIN DELL'INPS

Da ottobre è possibile accedere al portale solo con SPID, CIE e CNS



Dal 1 ottobre 2021 sono andati in pensione i PIN rilasciati dall'Inps. Si è così completata la rivoluzione nel mondo delle prestazioni sociali online che ha avuto inizio nell'ottobre del 2020, quando è stato avviato il passaggio allo SPID (il Sistema Pubblico di Identità Digitale), ora definitivo.

Questo importante passaggio era stato annunciato dall'Inps già nel luglio dello scorso anno anche attraverso i canali social, per preavvisare tutti gli utenti dell'imminente cambiamento.

Cosa è necessario fare adesso?

Da ottobre dunque il PIN è stato dismesso definitivamente: non è più possibile utilizzare la vecchia modalità di accesso web come metodo di autenticazione sul portale Inps.

Per chi ancora non lo avesse fatto, meglio affrettarsi a dotarsi di SPID, o comunque di credenziali CNS e CIE. Questo vale anche per i PIN rilasciati in modalità transitoria dopo il 1 ottobre dello scorso anno. Il vecchio PIN sarà utilizzabile solo ed esclusivamente per i cittadini residenti all'estero e che non sono in possesso di un documento di riconoscimento italiano.



Ma, concretamente, cosa cambia?

Lo ha spiegato la circolare Inps nr. 127 del 12 agosto 2021.

Per accedere ai servizi offerti dall'Ente di previdenza il cittadino deve utilizzare uno dei seguenti sistemi di autenticazione alternativi attualmente accettati:

- Sistema Pubblico di Identità Digitale (SPID);
- Carta d'Identità Elettronica (CIE);
- Carta Nazionale dei Servizi (CNS).

Un'altra novità è che i cittadini impossibilitati ad utilizzare in autonomia i servizi online Inps possono delegare una persona di fiducia che potrà accedere

con le proprie credenziali SPID, CIE o CNS opzionando l'account del delegante. La delega vale anche per i tutori, i curatori, gli amministratori di sostegno e gli esercenti la potestà genitoriale.

Cosa cambia invece per i professionisti?

Gli utenti professionali manterranno tutte le abilitazioni ai servizi online già ottenute, poiché non associate alle credenziali ma al codice fiscale di ogni soggetto, elemento sempre indispensabile per autenticarsi.

Quindi gli utenti già abilitati tramite PIN manterranno l'abilitazione a tali servizi anche accedendo con SPID, CIE o CNS.

Se invece è necessario richiedere una nuova abilitazione, bisogna utilizzare l'apposita modulistica disponibile nel portale Inps (sezione "Tutti i Moduli").



APPROFITTA DEL BONUS PUBBLICITÀ 2021

La pubblicità costa, perché funziona. Ma, con il bonus fiscale, ora conviene un po' di più

Se non hai ancora presentato la domanda per il bonus pubblicità 2021, non preoccuparti! Puoi farlo fino al 31 ottobre. Vediamo insieme di cosa si tratta.

Come funziona il bonus pubblicità

La pubblicità può rappresentare, soprattutto in tempo di crisi, un sacrificio economico. Anche se - lo sai bene - il ritorno è comunque molto alto: fare comunicazione sui media "giusti" aiuta a raggiungere il mercato di riferimento. Essere presenti oggi è fondamentale per acquistare visibilità, anche perché i tuoi competitors... fanno tutti così. Ma grazie agli incentivi di cui ti parliamo, ora la pubblicità è una spesa che conviene un po' di più.

A seguito degli investimenti pubblicitari infatti, viene riconosciuto un credito d'imposta pari al 50% del valore dell'investimento effettuato. Il limite totale messo a disposizione dal Governo è di 90 milioni di euro, per l'intero anno 2021.



Le novità 2021

Con l'articolo 57 D.L. 50/2017 era stato introdotto un incentivo fiscale a favore degli investimenti pubblicitari incrementali su quotidiani, periodici (anche online) ed emittenti televisive e radiofoniche locali a favore di imprese, lavoratori autonomi ed enti non

commerciali, a prescindere dalla forma giuridica, dalla dimensione e dal regime contabile adottato.

La principale novità 2021/2022 è che la base per il calcolo del credito d'imposta non corrisponde più al valore incrementale dell'investimento programmato e realizzato nel corso dell'anno, ma corrisponde all'importo totale dell'investimento pubblicitario. Una seconda novità è che la percentuale del bonus pubblicità è stabilita nella misura unica del 50% per tutte le tipologie di investimento pubblicitario (stampa, radio, TV).

-50%

Come fare

Entro il 31 ottobre è necessario presentare la "Comunicazione per l'accesso al credito d'imposta", contenente i dati relativi agli investimenti effettuati e/o ancora da effettuare nell'anno 2021.

Successivamente, dall'1 al 31 gennaio 2022, va presentata la "Dichiarazione sostitutiva relativa agli investimenti effettuati", per dichiarare l'effettiva realizzazione degli investimenti indicati nella Comunicazione presentata.

Sarà poi il Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria, nel rispetto del limite di spesa dei 90 milioni di euro, a rendere noto l'elenco dei contribuenti ammessi a godere del bonus con relativo importo, da utilizzare in compensazione con modello F24.

Mancano ancora un po' di giorni alla fine di ottobre... quindi affrettati e sfrutta questa opportunità!



Tutte le varianti di Beef Stick

Classici, funzionali, bio, futuristici: lo snack cult si dimostra versatile e corrispondente a più tipologie di clientela



La scelta di uno snack per il proprio amico animale è spesso un acquisto d'impulso, specie quando è collocato in posizione strategica in negozio. L'arma vincente per attrarre il cliente è un mix di storici best seller con un'ampia rosa di novità: ecco perché scegliere Vitakraft, che sa proporti un assortimento unico per qualità, appetibilità e profondità di gamma dei suoi famosi *Beef Stick*.

All'interno delle proposte per il pet shop, il cliente ha la possibilità di scegliere nuove esperienze di gusto, ricche di nutrienti benefici, con la sicurezza di trovare il prodotto che fa per lui e per il suo animale.



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



L'esposizione curata nei dettagli

La lunghissima esperienza che contraddistingue Vitakraft, la selezione accurata degli ingredienti e il rispetto dello stile di vita degli animali sono da sempre la forza di quest'azienda che immette sul mercato prodotti di altissima qualità con uno sguardo proiettato al futuro. L'assortimento è presentato in modo attraente con pratici e accattivanti display da 1/4 e 1/8 pallet, totem, impronte adesive, cartellonistica, appenderia pubblicitaria, segnalinea da scaffale e tanti altri materiali promozionali per valorizzare gli spazi commerciali e incrementare i volumi di vendita.

Il negoziante che sceglie Vitakraft sa di poter contare sulla professionalità di un'azienda che gli mette a disposizione esperienza, competenza e una serie di servizi.

Carne o pesce, sempre oltre il 90%

Il *Beef Stick* classico è adatto a tutti i cani, come premio o per spezzare la fame in qualsiasi momento della giornata, ideale sia in casa che fuori, grazie alla sua praticità. *Beef Stick* contiene più del 90% di pura carne della migliore qualità arricchita di sostanze minerali e vitamina E, inoltre per i cani super golosi è nata la versione *XXL*, con una dose extra di carne. Ogni stick è confezionato singolarmente in pratiche pellicole e il preferito dai proprietari pet è quello con carne di manzo ma ci sono anche quelli alla selvaggina, all'agnello, al tacchino, alla trippa e cuore.

Per il cane che ama il gusto del pesce, il cliente può scegliere fra due *Fish Stick*, uno con salmone e l'altro con trota



entrambi con acidi grassi naturali Omega 6 e soprattutto certificati MSC, marchio che garantisce la provenienza da pesca sostenibile effettuata nel rispetto dell'ecosistema marino.



Pezzettoni e quadrotti, ricchi di gusto

Beef Stick Rustico rappresenta una versione saporita del classico spuntino, porzionata in pezzettoni e confezionata nella pratica busta apri e chiudi salva freschezza: deliziosi bocconcini al salame dal profumo inconfondibile grazie all'affumicatura a freddo e con un'appetibilità unica garantita dall'elevato tenore di carne di oltre l'85%. *Beef Stick Quadros* sono gustosi quadrotti di carne arricchiti con deliziosi ingredienti extra, nelle due varianti di gusto *Formaggio* e *Fegato & Patate*. Il contenuto di carne è sempre elevato (oltre l'85%) e sono ben visibili i pezzetti di fegato, le patate e il formaggio. Entrambi sono senza zucchero, coloranti artificiali ed esaltatori di sapidità.



Allergie, dieta o artrosi?

Molto amate sono le specialità funzionali che stanno incontrando il gradimento sempre più ampio dei proprietari di cani. Ad esem-

pio, *Beef Stick Hypoallergenic* contiene fonti selezionate di proteine (tacchino e struzzo) e carboidrati per cani con intolleranze o allergie: oltre il 90% di carne, riso e patate, senza carne di manzo, soia, latte, frumento e mais, arricchito di minerali e vitamine. *Beef Stick Arthro Fit*, invece, formulato per i soggetti con articolazioni stressate e sollecitate, è addizionato di beta-glucani, che grazie alle proprietà antinfiammatorie è in grado di migliorare la mobilità proteggendo le cartilagini. *Low Fat* è a basso contenuto di grassi (20% in meno rispetto al *Beef Stick* manzo) e con aggiunta di L-carnitina per i cani che devono stare un po' attenti alla linea.



Bio e superfood, trend del momento

Non possono mancare i prodotti che seguono le tendenze del momento. Per i clienti che amano nutrirsi bio, ecco *Beef Stick Bio* prodotto con 100% di carne di agnello proveniente da allevamenti biologici certificati in linea con le tendenze per umani. Per chi invece predilige gli ingredienti cosiddetti superfood, ecco *Beef Stick Superfood*, ricchi di nutrienti benefici per la salute del cane. Sono proposti in due varianti: una ricetta a base di piselli per un alto contenuto proteico e mirtillo rosso, ricco di antiossidanti, per la protezione delle cellule, e una ricetta con un delizioso ripieno di carote, fonte naturale di carotene e semi di chia contenenti acidi grassi Omega 3 per la salute della pelle e la bellezza del pelo.



La proteina del futuro è negli insetti

La più recente novità dell'assortimento in grado di differenziare il pet shop è *Insect Stick*, che contiene il 100% di proteine di alta qualità provenienti da insetti, nello specifico da larve della mosca soldato nera, *Hermetia illucens*, una fonte monoproteica ideale anche per i cani con intolleranze o sensibilità alimentari. È uno snack gustoso e ipoallergenico, con un aroma delizioso grazie all'affumicatura a freddo, realizzato con proteine non comuni e al contempo tutela l'ambiente, perché la produzione di insetti ha un ridotto consumo di acqua, di suolo e di emissioni di CO₂ in atmosfera. *Insect Stick* si presenta come il più famoso *Beef Stick*, con la differenza che la carne è totalmente assente come pure cereali, soia, uova e latte. (A.N.)



ALL TYPES OF BEEF STICK

Traditional, functional, organic, futuristic: the cult treat is versatile and targets various types of customers

The choice of one or more treat for pets is often driven by impulse, especially if it is strategically placed in the shop. The winning weapon to draw customers' attention is a combination of traditional best-selling products with a broad variety of new products: one more reason to choose Vitakraft. With *Beef Stick*, the brand offers a unique range in terms of quality, palatability and variety. Customers can choose new taste experiences, rich in nourishing substances: they will certainly find the right product for their pet.

ATTENTION TO THE SMALLEST DETAILS

Vitakraft long-term experience, the thorough selection of ingredients and the respect of animals life style are the strength of this company, which has been offering high-quality and future-oriented products. The range can be displayed at best thanks to handy and captivating 1/4 and 1/8 pallet display, totems, paw stickers, posters, shelf marks and plenty of promotional materials to increase product visibility as well as volume sales. Retailers choosing Vitakraft can rely on a professional company, which offers experience, skills and services.

MEAT OR FISH, OVER 90%

Traditional *Beef Stick* is suited for all dogs as reward or to treat any time during the day, outdoors or indoors. *Beef Stick* contains over 90% pure quality meat, supplemented with minerals, and vitamin E. For extra greedy dogs there is *XXL* version with extra meat. Each stick is individually packed in handy films. Beef recipe is the most popular, but the line also includes game, lamb, turkey, tripe and heart.

For fish lovers there is *Fish Stick* with salmon or with trout, both with omega 6 natural fatty acids and MSC certification. The brand ensures fish from sustainable fishing, respectful of the marine ecosystem.

TASTY BITS OR CHUNKS

Beef Stick Rustico is the tasty version of traditional treats. It comes in chunks in a handy freshness-preserving and re-sealable pouch. The delicious cold-smoked salami chunks feature a unique palatability thanks to over 85% meat. *Beef Stick Quadros* offers tasty meat bits with delicious extra ingredient, with *Cheese* or *Liver & Potatoes*. The percentage of meat is elevated (over 85%) and liver, potatoes and cheese bites are clearly visible. They both come free from sugar, artificial colouring or flavouring agents.

ALLERGIES, DIET OR ARTHROSIS?

Functional recipes are increasingly popular among dog owners. For example, *Beef Stick Hypoallergenic* contains selected sources of proteins (turkey and ostrich) and carbohydrates for dogs with intolerances or allergies: over 90% meat, rice and potatoes. It is free from beef, soy, milk, wheat and corn and it is supplemented with minerals and vitamins. *Beef Stick Arthro Fit* is developed with pets with stressed or strained articulations and it is supplemented with beta-glucans: thanks to the anti-inflammatory properties, it improves motility by protecting cartilages. *Low Fat* features low fat percentage (20% less compared to *Beef Stick with beef*) and it is supplemented with L-carnitine for dogs that must pay attention to weight.

BIO AND SUPERFOOD, HOT TRENDS

Of course, the range also includes hot trends. For customers loving organic food there is *Beef Stick BIO*: 100% lamb from certified organic farms, in line with human-grade trends. Those who love superfood ingredients can choose *Beef Stick Superfood*, rich in beneficial ingredients for the health of dogs. Two versions are available: a recipe with peas (high-protein) and cranberry (antioxidant and cell-protector) and a recipe with delicious carrot (natural source of carotene) and chia seeds (omega 3 fatty acids for the health of skin and fur) filling.

PROTEINS OF THE FUTURE FROM INSECTS

The most recent news from the range, capable to diversify specialized shops, is *Insect Stick*: 100% high-quality proteins from insects, *Hermetia illucens* larvae. It is the perfect single-protein source for dogs with intolerances or food sensitivity. It is the tasty and hypoallergenic food with a delicious flavour, thanks to cold-smoking. It contains uncommon proteins and it respects the environment, since insect production ensures reduced consumption of water, land and CO₂. *Insect Stick* looks like famous *Beef Stick*, but it is free from meat, cereals, soy, eggs and milk.



Il *Fit-aroma*[®]: innovazione nel pet food

VetSolution di Monge ha selezionato uno specifico fito-ingrediente sulla base del particolare fine nutrizionale di ciascuna dieta e lo ha incluso tramite la tecnologia del *Fit-aroma*[®]



A caratterizzare i prodotti della linea *VetSolution* vi sono le nuove generazioni di prebiotici, il succo di melone concentrato fonte di antiossidanti e le formulazioni grain free. Ecco i plus della gamma *Monge VetSolution* la cui vendita è riservata a pet shop e negozi specializzati. *Monge VetSolution* è una linea di alimenti dietetici completi destinati a particolari fini nutrizionali (Reg. CE n.354/2020) che combinano alcuni concetti fondamentali per assicurare la massima efficienza di ogni ricetta.

Monge
Grain Free Veterinary Diets
VetSolution

***Fit-aroma*[®] Advanced process technology**

La tecnologia di processo avanzata nei prodotti *Monge VetSolution* associa un fito ingrediente con acidi grassi aromatici, apportando gusto e benessere in una sola volta. Il *Fit-aroma*[®] è progettato per fornire alte prestazioni



MONGE
La famiglia italiana del pet food

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



biologiche a ridotto livello d'inclusione, con un rilascio progressivo e continuo. La composizione del *Fit-aroma*[®] permette alle molecole bioattive (che normalmente non resistono al processo di fabbricazione del pet food), di essere utilizzate negli alimenti dietetici con ottima biodisponibilità per un perfetto assorbimento nel tratto intestinale. La tecnologia unica di rivestimento lipidi aromatici intorno al fito-ingrediente, assicura un rilascio modulato a livello intestinale favorendone l'azione e il beneficio.

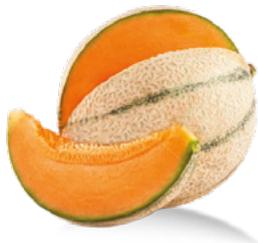
Fit-aroma[®]
ADVANCED PROCESS TECHNOLOGY

XOS prebiotici di ultima generazione

Gli xilo-oligosaccaridi (XOS) sono carboidrati non digeribili che raggiungono il colon dove fungono da nutrimento della flora microbica intestinale perché resistono all'acidità gastrica e agli enzimi del tratto gastrointestinale. Gli XOS non vengono assorbiti ma fermentati dai microrganismi intestinali e permettono una crescita selettiva della flora intestinale per supportare, mediante un'azione complementare, la risposta immunitaria dell'intestino e il rinforzo della barriera intestinale.

Succo di melone contro i radicali liberi

Gli animali destinati a particolari fini nutrizionali presentano solitamente un'aumentata produzione di radicali liberi. Questa sovrapproduzione è associata a un'azione diretta su lipidi, proteine e DNA cellulare, accelerando i processi metabolici negativi. Il succo di melone concentrato, fonte naturale di antagonisti primari dei radicali liberi (come la superossido dismutasi), agisce come barriera antiossidante primaria per neutralizzare i radicali liberi.



Formulazioni con carboidrati alternativi non derivati da cereali

Le fonti classiche di amido sono sostituite da fonti di amido alternative come: tapioca, patata, piselli. Il concetto grain free formula contribuisce a limitare l'affaticamento digestivo, ottimizzando il particolare fine nutrizionale di ogni alimento dietetico.

Monge VetSolution è made in Italy, no cruelty test e senza coloranti e conservanti artificiali aggiunti.

È importante suggerire di seguire sempre i consigli e le indicazioni del proprio veterinario col quale definire insieme la dieta migliore per il proprio animale.

In esclusiva per lo specializzato

Per il cane:

- *Dermatosis* - disturbi cutanei, allergie alimentari;
- *Gastrointestinal Adult* - gastroenteriti acute e croniche, coliti;
- *Gastrointestinal Puppy* - gastroenteriti acute e croniche, coliti in accrescimento;

FIT-AROMA®: INNOVATION IN PET FOOD

VetSolution by Monge selected specific phyto-ingredients according to the nutritional goal of each diet, introduced thanks to *Fit-arama*® technology.

VetSolution products feature new-generation prebiotics, concentrated melon juice (source of antioxidants) and grain-free formulas. Here are the plus features of *Monge VetSolution* range, dedicated to the best specialized shops. *Monge VetSolution* is the line of complete dietary food for special nutritional purpose (Reg. CE n.354/2020), which combines fundamental concepts to ensure the utmost effectiveness of each recipe.

FIT-AROMA® ADVANCED PROCESS TECHNOLOGY

Monge VetSolution advanced process technology combines a phyto-ingredient with aromatic fatty acids, providing taste and well-being all at once. *Fit-arama*® ensures for high biological performance at low inclusion level, by progressive and continuous release.

The formula of *Fit-arama*® allows bioactive molecules (that normally do not resist the manufacturing process) to be included in dietary food with optimal bioavailability and excellent absorption through the intestinal tract. The unique technology of coating aromatic lipids around the phyto-ingredient ensures a modulated intestinal release, triggering its action and benefit.

XOS, LAST-GENERATION PREBIOTICS

Xylooligosaccharides (XOS) are non-digestible carbohydrates that reach the colon and feed the intestinal microbial flora, because they resist gastric acidity and gastrointestinal enzymes. XOS are not absorbed but fermented by intestinal microorganisms; they allow a selective growth of the intestinal flora. Thanks to their complementary effect, XOS can also support gut physiological mechanisms and regulate intestinal transit.

MELON JUICE AGAINST FREE RADICALS

Animals with particular nutritional purposes are usually related to an increased production of free radicals. This overproduction is associated with a direct action on lipid, protein and cellular DNA, increasing the negative metabolic processes. The concentrated melon juice is a natural source of primary antagonists of free radicals (such as superoxide dismutase); it works as primary antioxidant barrier, to neutralize the free radicals.



- **Obesity** - controllo del peso in cani adulti sovrappeso e obesi;
- **Renal and Oxalate**- danni renali cronici;
- **Cardiac** - insufficienza cardiaca, ipertensione;
- **Hepatic** - danni epatici, epatite cronica, fibrosi epatica;
- **Diabetic** - diabete mellito, iperglicemia, sovrappeso, pancreatite;
- **Joint Mobility** - per il supporto del metabolismo articolare in caso di osteoartrite.



Per il gatto:

- **Dermatosis** - disturbi cutanei;
- **Gastrointestinal** - gastroenteriti acute e croniche, coliti;
- **Obesity** - controllo del peso in gatti adulti sovrappeso e obesi;
- **Renal** - danni renali cronici, anoressia, malnutrizione;
- **Hepatic** - danni epatici, epatite cronica, fibrosi epatica;



- **Diabetic** - diabete sovrappeso;
 - **Urinary Struvite** - urolitiasi da struvite, cistiti felina idiopatiche;
 - **Urinary Oxalate** - cristalli e urolitiasi di ossalato.
- (M.C.)



FORMULAS WITH ALTERNATIVE CARBOHYDRATES NON-DERIVED FROM CEREALS

Common starch sources are replaced by alternative sources such as tapioca, potato and pea starch.

The grain free formula approach helps limit the digestive workload, optimising the specific particular nutritional purpose of each dietetic food.

Monge VetSolution is Made in Italy, No Cruelty Test. Moreover, it is free from added artificial colouring and preserving agents.

It is important to suggest to always follow the advice and instructions of veterinarians to choose the best diet for pets.

EXCLUSIVE FOR THE SPECIALIZED CHANNEL

For dogs

- **Dermatosis** - skin disorder, food allergies;
- **Gastrointestinal Adult** - acute and chronic gastroenteritis, colitis;
- **Gastrointestinal Puppy** - acute and chronic gastroenteritis, colitis in puppies;
- **Obesity** - weight control in overweight and obese adult dogs;
- **Renal and Oxalate** - chronic renal damages;
- **Cardiac** - heart insufficiency, hypertension;
- **Hepatic** - hepatic damages, chronic hepatitis, hepatic fibrosis;
- **Diabetic** - diabetes mellitus, hyperglycaemia, overweight, pancreatitis;
- **Joint Mobility** - support of articular metabolism in case of osteoarthritis.

For cats:

- **Dermatosis** - skin disorders;
- **Gastrointestinal** - acute and chronic diseases, colitis;
- **Obesity** - weight control in overweight and obese adult cats;
- **Renal** - chronic renal damages, anorexia, malnutrition;
- **Hepatic** - hepatic damages, chronic hepatitis, hepatic fibrosis;
- **Diabetic** - diabetes overweight;
- **Urinary Struvite** - struvite urolithiasis, feline idiopathic cystitis;
- **Urinary Oxalate** - oxalate crystals and urolithiasis.





*La salute del pianeta
dipende da ognuno di noi.*



La famiglia Pets Fitness

Ti aspetta nello **STAND A53-B54 PAD. 26**
di **Zoomark 2021** per presentarti i suoi nuovi prodotti
e valori green della linea **Ti**



Pets Fitness



TIROSICCHIO TIMANGIO TIRIPOSO TIRACCOLGO

Pets Fitness è anche distributore per l'Italia dei prestigiosi marchi



www.petsfitness.com



Come T/salvoilpianeta con una linea pet

Pets Fitness, nata 10 anni fa dal genio imprenditoriale di Franco Magistrelli, crea la linea di pet accessories completamente sostenibile

La salute del pianeta dipende da ognuno di noi? Ne è fermamente convinto Franco Magistrelli, titolare di Pets Fitness, azienda italiana protagonista di una bella storia imprenditoriale.

Tutto ha inizio nel lontano 1988 quando la grande passione per il pastore tedesco e i conseguenti successi internazionali ottenuti con il suo allevamento *Della loggia dei Mercanti*, portarono Magistrelli a inaugurare un pet shop nella sua città, Ancona. Il negozio si chiamava *Mondo Cane* ed è stato per decenni un punto di riferimento per gli appassionati cinofili del capoluogo marchigiano e non solo. “Dopo tante esperienze nel settore pet” racconta Franco Magistrelli “decido nel 2011 di fondare Pets Fitness. In pratica siamo passati in poco tempo da essere negozianti, e quindi clienti delle aziende, a fornitori del negoziante stesso e con noi abbiamo portato tutte le esperienze, belle e meno belle, che girano attorno al mondo commerciale”.



Come aiutare l'ambiente

Pets Fitness diventa presto (e lo è tuttora) distributore esclusivo per l'Italia del marchio *Grizzly Salmon Oil* e successivamente di *TropicClean*, prodotti per l'igiene orale e per la cute del pet, e di *TastyBone*, giochi in nylon per cani.



PETS FITNESS
tel. 0717108160
www.petsfitness.com
info@petsfitness.com



“Si può tranquillamente dire che in famiglia Pets Fitness si è sempre parlato di cani, di animali da compagnia, del mondo commerciale pet” continua Magistrelli “anche questo ha portato ad avere in casa una neolaureata in medicina veterinaria: era inevitabile. Ma arrivando a oggi e alle riflessioni fatte in famiglia sul difficile periodo vissuto, ci viene da pensare che quanto è successo forse era evitabile! Come sarebbe andata se ognuno di noi avesse prestato più attenzione al pianeta, ai mari, all'aria?”



Tutta la famiglia Pets Fitness ha quindi pensato come poter aiutare l'ambiente e la sostenibilità, proponendo sul mercato prodotti naturali, bio, ecosostenibili, riciclabili, biodegradabili. “Insomma” conclude Magistrelli “è arrivato proprio il momento di dire che la salute del pianeta dipende da ognuno di noi. Che futuro stiamo lasciando ai nostri figli e alle generazioni future? Siamo pronti a cambiare? Queste domande ci hanno spinto a dimostrare come anche il mondo pet possa contribuire alla salvaguardia del pianeta, grazie alla progettazione di alcuni prodotti e articoli ecosostenibili”.



TI, una linea sostenibile

È nato quindi il brand TI costituito da una serie di prodotti alimentari e non:

- *Tirosicchio* - snack naturali con ricetta Himalaiana, packaging riciclabile completamente made in Italy;
- *Timangio* - fieno bio certificato, per conigli e roditori, proveniente dalle terre marchigiane, con packaging riciclabile made in Italy. Inoltre, la linea comprende snack per cani naturali al 100%, con il 90% di pesce selvatico e il 10% di frutta, senza coloranti, conservanti e aromi artificiali, zuccheri aggiunti, cereali, glutine. Sono ricchi di Omega 3 e Omega 6 e la confezione è realizzata con materiale riciclabile al 100% made in Italy. Include altri snack dai gusti unici, quali lo snack alla capra, alla lepre, al cinghiale e al fagiano;
- *Tiriposo* - una serie di cuscini e cuccie per cani di varie misure, sfoderabili con tessuto 100% made in Italy e totalmente riciclato. Infatti, con sei bottiglie di plastica è stato realizzato 1 mq di tessuto;
- *Tiraccolgo* - rotolini di sacchetti raccogli feci biodegradabili e compostabili certificati al 100%. In questo modo è possibile gettare l'involucro non più nell'indifferenziata, bensì nel contenitore umido. Anche in questo caso la confezione è interamente made in Italy, compostabile e certificata.



“Questo è solo l’inizio” conclude Magistrelli “augurandoci che anche il consumatore finale sia più attento ai suoi acquisti sostenibili nel settore pet diamo appuntamento a tutti i professionisti nel nostro stand di Zoomark International 2021 – Pad. 26 stand A53-B54”. (L.D.)



www.petsfitness.com



A PET LINE TO SAVE THE PLANET

Pets Fitness, born 10 years ago from entrepreneur Franco Magistrelli, develops the sustainable line of pet accessories

The health of the planet depends on each one of us. So believes Franco Magistrelli, owner at Pets Fitness: the Italian company is the star of a wonderful entrepreneurial story.

Everything begins back in 1988, when the broad passion for German Shepherd dogs and the international success of *Della loggia dei Mercanti* breeding farm led Magistrelli to the inauguration of a specialized shop in Ancona. The shop's name was *Mondo Cane*, a point of reference for decades among Marche's dog lovers. "Following the broad experience in the pet sector" says Franco Magistrelli, "in 2011 we founded Pets Fitness. We started as retailers and company customers, then we became suppliers of shops themselves, with all the business-related experiences".

SUPPORT THE ENVIRONMENT

Pets Fitness soon became (and it still is) the exclusive Italian distributor of *Grizzly Salmon Oil* brand; *TropicClean*, products dedicated to pets' oral hygiene and skin; and *TastyBone*, nylon toys for dogs.

"We can say that Pets Fitness family always talked about dogs, pets, pet sector" says Magistrelli "that is why at home we have a newly graduated Veterinarian: it was inevitable. The family discussed about this critical period: we thought that what happened might have been avoided! What if all of us paid more attention to the planet, to the sea, to the air?"

The whole Pets Fitness family thought about how to support the environment and sustainability through natural, organic, eco-sustainable, recyclable, biodegradable products. "It is now time" says Magistrelli "to admit that the health of the planet depends on each one of us. What future are we leaving to our children and future generations? Are we ready to change? These questions led us to prove that the pet sector can also support the environment, thanks to eco-sustainable products".

TI, SUSTAINABLE LINE

That is how the brand TI was born:

- *Tirosicchio* - natural treats with Himalayan recipe, with made-in-Italy recyclable packaging;
- *Timangio* - certified organic hay for rabbits and rodents from Marche's land, with made-in-Italy recyclable packaging. Moreover, the line includes 100% natural dog treats with 90% wild fish and 10% fruit: no artificial colouring, preserving and flavouring agents, added sugar, cereals or gluten. They are supplemented with Omega 3 and 6, with a 100% made-in-Italy recyclable packaging. It also includes other unique treats: with goats, with hare, with boar and with pheasant;
- *Tiriposo* - a line of dog pillows and beds in various sizes, with removable padding made of 100% made-in-Italy and completely recycled fabric. 1 sq m fabric is made of six plastic bottles;
- *Tiraccolgo* - 100% biodegradable poo bags. This allows to dispose of poo with humid waste. The packaging is also biodegradable, certified and made in Italy.

"This is only the beginning," says Magistrelli, "we hope that final customers also become more attentive with their sustainable purchase in the pet sector. See you at Zoomark International 2021 – Hall 26 stand A53-B54".

Nutrirlo secondo natura è possibile

Al cliente in cerca dell'umido senza 'trucchi' e con materie prime selezionate proponi Super Premium Dog o Cat Menu di WINNER PLUS



Quando il tuo cliente si trova a dover affrontare una scelta commerciale relativa al prodotto, chiedersi i motivi per cui si dovrebbe preferire un marchio piuttosto che un altro è abbastanza normale.

Ecco i punti di forza degli alimenti umidi WINNER PLUS, spiegati in modo che da negoziante tu possa fare una scelta consapevole. Cuore della filosofia aziendale è il *Natural Nutrition System*, sinonimo di salute, benessere e vitalità, che rappresenta il concetto portante alla base di un successo consolidato negli anni.



Scegliendo di proporlo nel tuo negozio, comunicherai al cliente di appoggiare la scelta di nutrire il suo amico secondo natura.

Da sempre infatti, WINNER PLUS prepara con cura e impegno alimenti di altissima qualità, ponendo grande attenzione nella ricerca delle materie prime, selezionate e formulate per ottenere il massimo della freschezza, garantendo così un prodotto sano e nutriente nel pieno rispetto della natura.

Un sistema nutrizionale e produttivo sano e vincente dove l'attenzione costante al processo di ricerca e sviluppo, l'innovazione tec-



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



nologica, l'adeguamento alle evoluzioni del mercato, sono in grado di massimizzare gli standard di qualità. Tutta la filiera produttiva viene sottoposta costantemente a rigidi controlli, la materia prima viene individuata e selezionata secondo i criteri stabiliti dall'azienda per essere successivamente trasformata all'interno dei centri di produzione certificati. Ciascun prodotto viene concepito nel massimo rispetto per l'ambiente grazie all'impiego di fonti energetiche rinnovabili. Inoltre l'etica aziendale vieta l'uso di test sugli animali in ogni fase della produzione, classificando il prodotto come *cruelty free*, un motivo in più per una scelta responsabile.



Niente farine ossee, zuccheri o glutine

La gamma di alimentazione umida super premium per il gatto e per il cane è 100% naturale e preparata con materie prime selezionate,





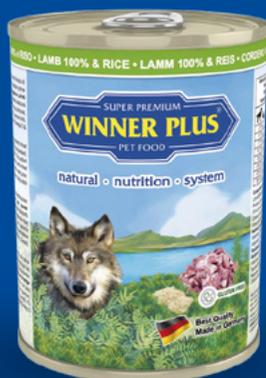
natural · nutrition · system

**SCOPRI LA NOSTRA
LINEA SUPER PREMIUM
ALIMENTAZIONE UMIDA**

STRAPPA QUI ► ◀ STRAPPA QUI

SUPER PREMIUM
WINNER PLUS[®]
PET FOOD

LINEA



AGNELLO E RISO
400 / 800 gr



POLLO SALMONE E RISO
400 / 800 gr



MANZO E RISO
400 / 800 gr



PURO MIX SOLA CARNE
400 / 800 gr



POLLO E RISO
400 gr

SUPER PREMIUM
WINNER PLUS[®]
PET FOOD

LINEA



MANZO E AGNELLO
195 / 395 gr



MANZO E POLLO
195 / 395 gr



MANZO E POLLO
195 / 395 gr

CANE



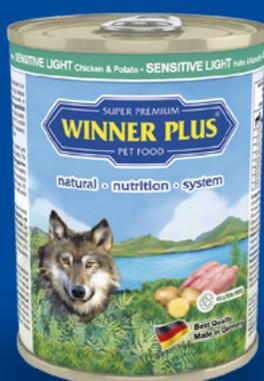
RIND & PANSEN MIX
400 / 800 gr



SALMONE E ZUCCHINE
400 / 800 gr



PURO MANZO
400 gr



SENSITIVE LIGHT CON POLLO
400 / 800 gr



PURO TACCHINO
400 gr

GATTO



CUORE & HERZ
195 / 395 gr



MANZO E SELVAGGINA
195 / 395 gr



MANZO E FEGATO
195 / 395 gr

FACEBOOK/INSTAGRAM

@winnerpluspetfood

SITO INTERNET

www.winnerplus.eu

BLOG/MAGAZINE

www.winnerplus.it/blog

YOUTUBE

WINNER PLUS Pet Food

INDIRIZZO

Via Italia 2, 00060 Capena (Roma)

WHATSAPP

+39 371 4680217

fresche di giornata ed elevati standard produttivi certificati: solo carne fresca tedesca di prima scelta controllata con gli stessi standard utilizzati per l'uomo, priva di farina di ossa, frumento, glutine, OGM, zuccheri, coloranti, uova, latte, soia, conservanti e aromi artificiali. Gli alimenti umidi WINNER PLUS sono ipoallergenici, altamente digeribili e appetibili. Vengono preparati con olio di cartamo - ricco di vitamina K e acido linoleico - che garantisce pelle sana e pelo lucido ed è ideale nella prevenzione di malattie cardiache data la sua azione anticoagulante e antitumorale.

WINNER PLUS Super Premium Menu per gatti

La linea *Super Premium Cat Menu* è indicata per gatti di tutte le razze ed età e per ogni specifica esigenza ed è disponibile nei formati da 195 g e 395 g. Il cliente può scegliere fra cinque varietà preparate con carne fresca di prima scelta, controllata e bilanciata per garantire un'elevata digeribilità e il massimo della qualità: *Super Premium Cat Menu con Manzo e Fegato*, *Super Premium Cat Menu con Manzo e Cuore*, *Super Premium Cat Menu con Manzo e Agnello*, *Super Premium Cat Menu con Manzo e Pollo*, *Super Premium Cat Menu con Manzo e Selvaggina*. Tutte le formulazioni sono ricche di biotina e acidi grassi omega-3 e omega-6 con aggiunta di taurina, L-carnitina, vitamine e minerali per la salute e l'equilibrio delle funzioni di tutto l'organismo.



WINNER PLUS Super Premium Menu per cani

La linea *Super Premium Dog Menu* è indicata per cani di tutte le razze ed età e per ogni specifica esigenza ed è disponibile nei formati da 400 g e 800 g. Il proprietario può scegliere fra tre linee *Super Premium* differenti.

La linea *WINNER PLUS Super Premium Menu* composta da quattro ricette: *Super Premium Menu Junior con Pollo e Riso*, *per cuccioli di tutte*

le razze; *Super Premium Menu con Pollo, Salmone e Riso*; *Super Premium Menu con Agnello 100% e Riso*; *Super Premium Menu Sensitive Light con Pollo e Patate*, facile da digerire anche per i soggetti anziani e in sovrappeso.



NATURAL NUTRITION IS POSSIBLE

Dedicated to customers looking for wet food "without tricks" and with selected raw ingredients. Offer *Super Premium Dog or Cat Menu* by *WINNER PLUS*

CUSTOMERS BUYING A PRODUCT USUALLY ASK WHY THEY SHOULD CHOOSE ONE BRAND OVER THE OTHER.

Here are the points of strength of *WINNER PLUS* wet food: retailers can make an informed choice. The core of the company's philosophy is *Natural Nutrition System*, a synonym of health, well-being and vitality, which represents the pillar of a success established throughout the years.

By choosing *WINNER PLUS* for your shop, your customer will know you agree to feed their pet naturally.

WINNER PLUS manufactures high-quality products with care and effort, paying great attention to the selection of raw ingredients: they ensure a fresh, healthy and nourishing product respectful of nature.

The company ensures a healthy and successful nutritional and productive system attentive to research and development, technological innovation, market adaptation. This ensures maximized quality standards. The whole productive chain undergoes strict controls, raw ingredients are selected according to the company's criteria and then processed in certified manufacturing centres. Each product ensures the utmost respect for the environment, thanks to renewable energy sources. Moreover, the company forbids test on animals at all stages, ensuring a cruelty-free product. One more reason for a responsible choice.

NO BONE FLOUR, SUGAR OR GLUTEN

The range of super premium wet food for cats and dogs is 100% natural with daily fresh and selected ingredients and elevated certified standards: only first-choice German fresh meat with human-grade standards and free from bone flour, wheat, gluten,



La linea **WINNER PLUS Super Premium Menu Puro** composta da due ricette: *Super Premium Menu Puro Mix di sola carne (con Manzo, Agnello e Tacchino)* e *Super Premium Menu Puro con carne di Manzo e Trippa*.



Infine la linea **WINNER PLUS Super Premium Menu Mono Puro** composta da due ricette: *Super Premium Menu Mono Puro con carne di Tacchino* e *Super Premium Menu Mono Puro con carne di Manzo*, alimenti entrambi monoproteici, privi di grano e ideali per cani sensibili di tutte le razze, disponibili nel formato da 400 g.



Monoproteico al salmone per digerire meglio

L'ultima novità di gamma è **WINNER PLUS Salmone e Zucchine**, alimento completo per cani adulti di tutte le razze, preparato con salmone di prima scelta, ideale anche per cani sensibili e anziani, disponibile nei formati da 400 e 800 g.



Le materie prime di alta qualità, prive di glutine e di allergeni, vengono accuratamente selezionate e trasformate con gli stessi stan-

dard utilizzati per l'uomo, senza alterazioni, garantendo così una migliore digeribilità. Il prodotto è privo di coloranti artificiali, aromi e conservanti, carni, farina di ossa, uova e latticini, glutine e soia. Gli acidi grassi omega-3 e omega-6 contenuti nel salmone favoriscono pelle sana e manto splendente, mentre le zucchine, l'amaranto e i semi di chia favoriscono una migliore digeribilità. (G.P.)

GMOs, sugar, colouring substances, eggs, milk, soy, artificial preserving and flavouring agents. **WINNER PLUS** wet food is hypo-allergenic, extremely digestible and palatable. It contains safflower oil, which is rich in vitamin K and linoleic acid: it ensures a healthy skin and a shiny fur, besides helping prevent heart diseases thanks to anti-coagulation and anti-cancer effect.

WINNER PLUS SUPER PREMIUM MENU FOR CATS

Super Premium Cat Menu is suited for cats of all breeds and sizes and for every need, available in 195 and 395g pouches. Customers can choose among five recipes with first-choice meat, controlled and balanced to ensure elevated palatability and top quality: *Super Premium Cat Menu with Beef and Liver*, *Super Premium Cat Menu with Beef and Heart*, *Super Premium Cat Menu with Beef and Lamb*, *Super Premium Cat Menu with Beef and Chicken*, *Super Premium Cat Menu with Beef and Game*. All formulas are rich in biotin and fatty acids omega 3 and 6, taurine, L-carnitine, vitamins and minerals for the health and balance of the organism.

WINNER PLUS SUPER PREMIUM MENU FOR DOGS

Super Premium Dog Menu is suited for dogs of all breeds and ages and for all needs. It comes in 400 and 800g packages. Customers can choose among three different super premium lines. **WINNER PLUS Super Premium Menu** includes four recipes: *Super Premium Menu Junior with Chicken and Rice*, for puppies of all breeds; *Super Premium Menu with Chicken, Salmon and Rice*, *Super Premium Menu with 100% Lamb and Rice*, *Super Premium Menu Sensitive Light with Chicken and Potatoes*, easy to digest for senior and overweight dogs.

WINNER PLUS Super Premium Menu Pure features two recipes: *Super Premium Menu Pure Mix of meat only (with Beef, Lamb and Turkey)* and *Super Premium Menu Pure with Beef and Tripe*.

WINNER PLUS Super Premium Menu Mono Pure features two recipes: *Super Premium Menu Mono Pure with Turkey* and *Super Premium Menu Mono Pure with Beef*. They are both single-protein products, gluten free and suited for sensitive dogs of all breeds. They come in 400g packages.

SINGLE PROTEIN WITH SALMON FOR IMPROVED DIGESTION

The latest news of the range is **WINNER PLUS Salmon and Courgettes**, complete food for adult dogs of all breeds with first-choice salmon in 400 and 800g packages. High-quality raw ingredients are free from gluten and allergens. They are carefully selected and processed with human-grade standards and without alterations, ensuring improved digestibility. The product is free from artificial colouring agents, flavouring and preserving agents, meat, bone and meat flour, eggs and dairies, gluten and soy. Fatty acids omega 3 and 6 from salmon ensure a healthy skin and shiny fur. Courgettes, amaranth and chia seeds ensure improved digestion.



Tosa fino a due ore senza ricarica

Il neofita della toelettatura sceglie *SaphirBasic*, la tosatrice entry-level che garantisce due ore di batteria a uso continuato



Decidere di ampliare gli orizzonti del tuo pet shop aggiungendo il servizio di toelettatura per cani può essere un'ottima idea imprenditoriale. Se sei in procinto di entrare nel grooming e stai pensando alle attrezzature, Heiniger AG propone una tosatrice "basica" ed economica, facile da usare ma di ottima qualità, come tutti i prodotti che escono dall'azienda svizzera.

Massime prestazioni per neofiti e professionisti

SaphirBasic è la tosatrice entry-level ideale nel mondo della toelettatura professionale, ma adatta anche a chi già è un professionista grazie al vantaggioso rapporto qualità prezzo. La *Basic* è una versione base della *Saphir*, già presente sul mercato e ben nota, particolarmente adatta ai principianti con un budget limitato, ma con la tradizionale qualità Heiniger senza compromessi che garantisce le massime prestazioni.

Qualche esempio? *SaphirBasic* è dotata della più recente tecnologia delle batterie agli ioni di litio, che assicura una tosatura fino a due ore, senza bisogno di ricarica. Una volta esaurita, la batteria viene completamente ricaricata in un'ora. *SaphirBasic* è ergonomica, silenziosa



HEINIGER AG
tel. +41/629569200,
www.heiniger.com
marketing@heiniger.com



e molto leggera. Il vantaggio? I professionisti dello styling per cani (ma anche i veterinari che hanno necessità di tosatura parziale) possono lavorare senza fatica.

Il pacchetto completo include una batteria ricaricabile, una stazione di ricarica con un vano di ricarica, una lama standard numero 10 e utensili per la cura. (R.G.)

CONTINUOUS CLIPPING UP TO TWO HOURS

Beginner groomers choose *SaphirBasic*, the entry-level clipper ensuring up to two hours of continuous clipping

Choosing to broaden the services of your pet shop with a dog grooming service can be an excellent entrepreneurial idea. If you are about to enter the grooming sector and you are choosing the equipment, Heiniger AG offers a "basic" and cheap clipper, easy to use and featuring an excellent quality, just like all products from Swiss company.

BEST PERFORMANCE FOR BEGINNER AND PROFESSIONAL GROOMER

SaphirBasic is the perfect entry-level clipper for the grooming sector, but is also suited for professional groomers thanks to its profitable price-quality ratio. *Basic* offers a basic version of the *Saphir* clipper, and is particularly suitable for beginners with a limited budget. Even this model ensures Heiniger impeccable quality and unprecedented performance.

Thanks to the most recent lithium-ion battery technology, *SaphirBasic* ensures up to two hours of continuous clipping. Charging times are also excellent: an hour is enough to get back to work. *SaphirBasic* is handy and light: dog groomers (but also veterinarians that need partial grooming) can work easily.

The package includes a rechargeable battery, a charging station with a charging bay, the standard #10 blade and the usual product care tools.

Per il cliente stanco dei soliti gusti

Da BEWITAL due nuove linee per ampliare la tua proposta: Cavallo in crocchette, Bufalo in lattina e carne fresca con carboidrati alternativi



Come vede il futuro BEWITAL petfood? Esattamente come lo vedono i proprietari pet e i professionisti del mercato specializzato: un futuro che passa attraverso metodi di produzione sostenibili e rispettosi delle risorse. Per l'azienda infatti, uno dei compiti più importanti è la ricerca di ingredienti naturali e facilmente digeribili. Un altro è la costante innovazione degli impianti di produzione, attualmente è uno dei più moderni produttori di alimenti per animali domestici in Europa, che sta facendo grandi passi avanti per soddisfare la domanda sempre crescente dei suoi clienti soprattutto nel settore dell'alimento umido. Da più di 50 anni, BEWITAL è alimentazione di alta qualità senza compromessi, si affida a materie prime selezionate ed evita deliberatamente i coloranti, gli aromi artificiali e i conservanti.

In linea con questa filosofia, oggi propone per i tuoi clienti nuovi prodotti innovativi per cani e gatti, formulati con i migliori ingredienti e soprattutto tanta carne fresca.

BEWITAL
petfood

BEWITAL PETFOOD
www.bewital-petfood.com
www.belcando.com/it
info@bewital-petfood.com



Carne di cavallo & bufalo

La gamma di alta qualità **BELCANDO®** per cani si amplia con nuovi prodotti speciali che tengono conto dei suggerimenti dei rivenditori specializzati. Ad esempio, la nuova ricetta **BELCANDO® Classico Complete** ti permette di offrire ai clienti una prova particolarmente interessante nel mondo dei prodotti **BELCANDO®** aggiungendo alla gamma di alimenti secchi anche una varietà con un buon rapporto qualità-prezzo.

La principale novità è però il lancio di nuove varietà con carne fresca di cavallo, una gustosa ed esclusiva tipologia di proteina particolarmente adatta ai cani sensibili. La crocchetta senza cereali **BELCANDO® Adult GF Horse**, grazie alla lavorazione interna della carne fresca con la più moderna tecnologia di estrusione, conserva anche un numero parti-



colarmente elevato di sostanze nutritive e di aromi.

Molto interessanti sono poi l'abbinamento fra il nuovo umido *Super Premium con Cavallo* e la lattina *Single Protein con Bufalo* e la ricetta *Junior* in un sacchetto salvafreschezza.



Carne fresca e un drink per accompagnare

Un gusto irresistibile in cui la carne è protagonista? Ecco la nuova linea *LEONARDO® Fresh Meat*: tre nuove ricette realizzate con ingredienti olistici e soprattutto l'85% di carne fresca. Tutto merito del processo di fabbricazione unico e particolarmente delicato che può fare a meno di una fase di essiccazione e conserva nel miglior modo possibile il sapore e le sostanze nutritive.

In *LEONARDO® Fresh Meat*, i carboidrati sono adattati ai bisogni naturali dei gatti. Pertanto, la ricetta speciale a basso contenuto di carboidrati non contiene né cereali né patate, solo piselli e amaranto forniscono una piccola porzione di amido facilmente digeribile. Di conseguenza il gatto è sazio più a lungo e assume solo i carboidrati che può effettivamente elaborare. La formulazione contiene anche mirtilli, alghe clorella e semi di chia che hanno un effetto positivo sul benessere,



DEDICATED TO CUSTOMERS TIRED OF TRADITIONAL FLAVOURS

From BEWITAL, here come two new lines: horse in kibbles, buffalo in tins and fresh meat with alternative carbohydrates

What does BEWITAL petfood think of the future? Exactly what pet owners and retailers think: sustainable production, respectful of resources. One of the company's most important task is to look for natural and digestible ingredients. Another task is constant innovation of production plants, which is currently one of the most modern pet food manufacturing plant in Europe. The company is quickly growing to meet the increasing demand of customers, especially in the wet food sector. Since more than 50 years BEWITAL means high-quality nutrition without compromise, relies on selected raw ingredients and intentionally avoids artificial colouring, flavouring and preserving agents. In line with its philosophy, the company offers innovative products for cats and dogs, featuring only the best ingredients and plenty of fresh meat.

HORSE & BUFFALO MEAT

BELCANDO® high-quality range for dogs includes new special products, developed after the demands of specialized retailers. For example, new *BELCANDO® Classico Complete* offers an interesting combination of *BELCANDO®* products: besides dry food, there is also a recipe ensuring good value for money.

The line also launches new recipes with fresh horse meat, an exclusive and tasty type of protein suited for sensitive dogs. *BELCANDO® Cereal-free Adult GF Horse* kibbles features the most modern extrusion technology and preserves an elevated percentage of nourishing substances and flavour. The product can be combined with new wet food *Super Premium with Horse*, *Single Protein with Buffalo* tin or *Junior* recipe in freshness-preserving pouch.

FRESH MEAT AND MATCHING DRINK

Irresistible flavour where meat is the star? Here is new *LEONARDO® Fresh Meat* line: three new recipes with holistic ingredients and 85% of fresh meat. This is possible thanks to the unique and gentle processing technique, which does not require drying, still preserving flavour and nutritional substances.

LEONARDO® Fresh Meat carbohydrates suit cats' natural needs. The low-carbo recipe does not contain cereals or potatoes: peas and amaranth provide a small percentage of digestible starch. Cats are full for a longer time and ingest the correct quantity of carbohydrates they can process. The formula also includes blueberry, chlorella seaweed and chia seeds, which positively affect the well-being. These ingredients are part of the holistic concept of each recipe. Another new product is *LEONARDO® Drink*, which encourages cats to drink and ensures the correct liquid intake, necessary for their well-being. *LEONARDO® Drink* is a tasty meat broth with buffalo meat stripes in a freshness-preserving pouch: it is the perfect integration for a dry-food diet.

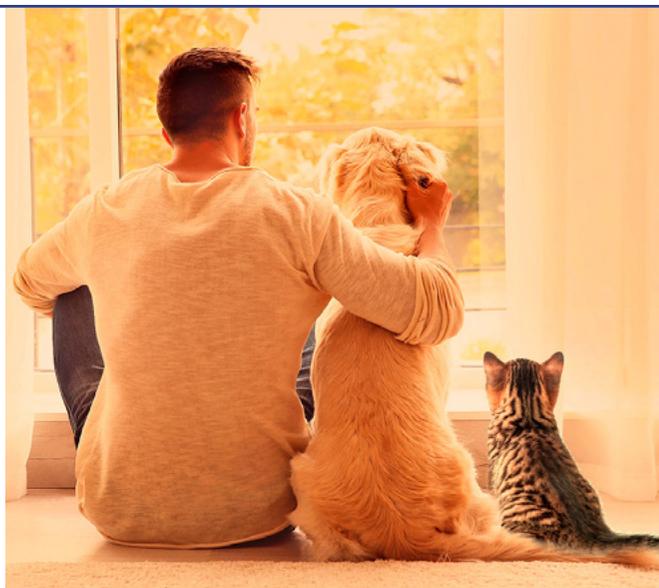
cioè tutti ingredienti speciali che fanno parte del concetto nutrizionale olistico alla base di ogni singola ricetta.

Un'altra novità è *LEONARDO® Drink*, una bevanda che incoraggia i gatti a bere e quindi favorisce un apporto di liquidi sufficientemente elevato che è di grande aiuto per il benessere del micio. *LEONARDO® Drink* è un gustoso brodo di carne con straccetti di carne di bufalo in un sacchetto salvafreschezza e costituisce l'aggiunta ideale a qualsiasi menu a base di alimenti secchi. (V.L.)



Tra qualità e fantasia compositiva

La risposta alle esigenze quotidiane con benefici reali per efficacia, innovazione e sicurezza d'uso



Che tu sia toelettatore o professionista del settore, sai bene che i cosmetici sono veri e propri strumenti di lavoro. Ne è convinta anche Linea 101, giovane azienda italiana che collabora costantemente con una rete di toelettature di fiducia per migliorare le proprie formule e offrire soluzioni sempre innovative, basandosi sull'esperienza di chi utilizza quotidianamente cosmetici nell'ambito della propria attività professionale.

Un lavoro portato avanti giorno dopo giorno con costanza, serietà e impegno, senza luci dei riflettori o testimonial famosi. Quello che conta sono i prodotti, elaborati per essere un punto di riferimento non solo per efficacia, ma anche per maneggevolezza, concentrazione dei principi attivi e versatilità.

Linea 101 vanta una produzione interna artigianale costantemente controllata che colloca l'azienda tra i produttori diretti in Italia. Una produzione rivolta sia agli specialisti del settore, che sanno esaltare le proprietà dei prodotti, sia al proprietario pet che ricerca il massimo dall'igiene domestica.



LINEA 101 SRL
tel. 0522 086489
www.linea101.it
info@linea101.it



Formula vegetale senza compromessi

L'azienda ha deciso di sviluppare una propria identità ben definita puntando su tre aspetti: la qualità di prodotto a trecentosessanta gradi, il miglioramento costante e un'immagine inconfondibile nel canale pet shop.

Per Linea 101 il concetto di "formula vegetale" è ben preciso: miscele finemente equilibrate di tensioattivi di ultima generazione, diversi per ogni referenza, scelti per efficacia e delicatezza ma sempre performanti, in equilibrio con oli vegetali selezionati, funzionali e ad alta concentrazione. I prodotti sono perfezionati - unico caso sul mercato italiano - con profumazioni coperte da certificazione internazionale IFRA, a garanzia di finezza e delicatezza.

È evidente che la strategia di Linea 101 è tesa a scardinare alcune delle attuali tendenze: proporre prodotti privi di coloranti e di altre "finiture" solo estetiche, concentrandosi sulla vera funzione

del prodotto stesso; utilizzare materie non solo di prima scelta ma anche in concentrazioni superiori agli standard di mercato, senza cadere nella tentazione di utilizzare ingredienti di moda e non funzionali, o di aggiungere componenti genericamente naturali, o ancora di firmare tutta una linea cosmetica rimarcando la presenza (o l'assenza) di un singolo ingrediente.



Esperienza professionale

Tutto questo si traduce in prodotti dall'immagine unica, immediatamente riconoscibili per la qualità e la sicurezza delle formule che garantiscono un'esperienza vicina a quella professionale in ogni singolo flacone. La gamma Pet Shop è costituita dalle linee di *Cosmetica per Cane, Gatto e Cavallo*, la *Linea Attiva (Shampoo con Ozono, Shampoo Lenitivo, Balsamo Lenitivo, Lozione Auricolare ecc.)* e la *Linea Protettiva con olio di Neem e altre materie prime naturali*, che offrono un'ottima integrazione e protezione naturale ai comuni antiparassitari, per la permanenza all'aria aperta dei nostri amici a quattro zampe.



L'offerta si completa con prodotti igienizzanti ipoallergenici ad alta performance per ambienti domestici e professionali, grazie ai loro principi attivi che diminuiscono la carica batterica oltre a pulire in profondità.

Il continuo miglioramento e aggiornamento ha portato a soluzioni innovative, come lo *Scioglino di e Lucidante* adatto a tutti i tipi di pelo, esente dal tipico effetto "plastificato", con performance eccellenti su pelo umido e asciutto; il *Lavaggio a Secco* ideale per uso frequente, con piacevole effetto districante e deodorante, senza schiuma e senza risciacquo, delicato su tutti i mantelli; lo *Spaccaodori*[®], soluzione per igienizzare in profondità l'ambiente e deodorare lettiera, superfici in tessuto e ogni potenziale fonte di cattivo odore, a casa e nei luoghi di lavoro.

In equilibrio tra qualità, efficacia e fantasia compositiva, *Linea 101 - Love*



For Pet è stata sviluppata come brand autonomo, primo step di un progetto che vedrà l'azienda inserirsi in nuovi settori del pet care di alto livello. (S.D.T.)

BETWEEN QUALITY AND CREATIVITY

The solution to daily needs with real benefits in terms of effectiveness, innovation and safety

Groomers or pet professionals know very well that beauty products are real working tools. Linea 101 shares the same idea: the young company constantly collaborates with a trusted network of groomers to improve its formula and offer innovative solutions, based on the experience of those who use beauty products every day.

The job is carried out every day with perseverance and commitment, without famous testimonial advertisers. Only products matter: the goal is to become a point of reference not only in terms of effectiveness but also in terms of handiness, concentration of active principles and versatility. Linea 101 relies on internal, artisan and constantly controlled production: this places the company among direct manufacturers in Italy. The products are dedicated to pet professionals, who know how to enhance products' features, but also to pet owners, who look for the best hygiene at home.

VEGETABLE FORMULA WITHOUT COMPROMISE

The company chose to develop a well-defined identity thanks to three principles: overall product quality, constant product improvement and recognizable look in the pet shop channel.

According to Linea 101, the concept of "vegetable formula" is specific: fine and balanced mix of last-generation surfactants, different according to each product. They are gentle, effective but yet performing, balanced with vegetable oils selected, functional and concentrated. The products are improved – unique on the Italian market – with scent covered by IFRA international certification to guarantee a fine and gentle product.

Linea 101 strategy aims at dismantling some of the current trends: products free from colouring substances and other "aesthetic" ingredients, which only aim at being functional; first-quality ingredients in higher concentration than the market standard, without "trendy" and not functional ingredients or generically "natural" substances. Last but not least, the company does not want to base its lines of beauty products only on the presence (or absence) of a specific ingredient.

PROFESSIONAL EXPERIENCE

Here is the result: products that are immediately recognizable in terms of quality and formula safety, which ensure a professional experience in each bottle. The *Pet Shop* range includes the *Beauty line for Cats, Dogs and Horse*; *Active Line (Shampoo with Ozono, Soothing Shampoo, Soothing Conditioner, Auricular Lotion etc.)*; *Protective Line* with Neem oil and other natural ingredients ensuring natural protection and an excellent integration to traditional parasitocidal products.

The range is completed by hypo-allergenic and high-performance sanitizing products for the house and professional spaces. Their active principles reduce the bacterial count besides ensuring deep cleaning.

The company's constant improvement and innovation led to innovative solutions such as *Disentangler and Polisher* (excellent performance on wet and dry fur without the "plastic coated" effect), *Dry Cleaning* (suited for frequent use, excellent disentangling and anti-odour effect, no foam and no rinse, delicate on all coats); *Odourbreaker*[®] (deep cleanser for the environment, litter, fabric-covered surfaces and all potential sources of foul odour at home and at work).

Balanced quality, effectiveness and creativity for *Linea 101 - Love for Pet*. It is an autonomous brand, the first step of a project: the company will soon enter new high-level pet care sectors.

Quell'eleganza british anche per Fido

Cappottini raffinati, impermeabili con fodera in tartan: anche i clienti più esigenti ameranno il lusso accessibile di *Earthbound*



Chi vende accessori di alta qualità per cani lo sa: i clienti sono attenti ai materiali e alle lavorazioni. Ma non è tutto. Desiderano anche prodotti non banali e che siano di classe, non "chiassosi".

Tutte queste caratteristiche si trovano nelle collezioni *Earthbound*, azienda inglese che da decenni dedica la sua esperienza nella lavorazione artigianale di tessuti e pellami ai più raffinati prodotti per cani, oggi distribuiti in Italia da DELA.



Cappottini e impermeabili all'inglese

Nell'ampia proposta *Earthbound*, che comprende anche collari e guinzagli in morbida pelle dal gusto prettamente british, i cappottini occupano una posizione di rilievo.

Per un look unico e sobrio, ecco gli elegantissimi impermeabili in cotone cerato tinta unita (verde, rosso, beige, blu o marrone) con l'interno leggermente imbottito e foderato in tessuto di cotone tartan. Oltre ai materiali, anche i dettagli si fanno notare dai proprietari più esigenti: il colletto in velluto a



DELA
tel. 0115611652
cell. 3202322870
www.delashop.it
business@delashop.it



coste, i bordi rifiniti con fettuccia in tinta, gli occhielli della cintura in metallo antichizzato e l'asola per l'anello della pettorina, una praticità che molti clienti richiedono. Questi cappottini non hanno nulla da invidiare alle famosissime giacche inglesi da umani in cotone cerato che tutti ben conosciamo, simbolo di un'eleganza senza tempo.

Della stessa collezione, per i cani più freddolosi, la *Earthbound* ha studiato caldissimi cappottini in lana tweed, rivestiti internamente di morbido e caldo sherpa, con chiusure in velcro, per una migliore vestibilità. I colori ricordano quelli delle campagne inglesi e sono disponibili in cinque varianti, tutte graditissime dai consumatori di classe.



Non solo pettorine e guinzagli

Difficile eguagliare lo stile e la qualità dei cappottini Earthbound, che ha studiato una collezione specificatamente per fisici particolari come i bassotti. Proprio questo ha destato l'interesse di DELA, brand italiano presente sul mercato da 5 anni. La ricerca costante di artigiani che sapessero declinare al meglio la filosofia di prodotti di "lusso accessibile" per cani ha portato l'azienda a siglare una partnership con il brand inglese. È nata così una costruttiva collaborazione e i cataloghi DELA, che presentano collari, pettorine, guinzagli e prodotti beauty made in Italy, si sono arricchiti di capi raffinati che evocano immagini di gentlemen di campagna, sobri ed eleganti.



Rivolta al cliente consapevole

La distribuzione sul territorio nazionale ha già riscosso molto interesse, soprattutto da parte di pet shop di buon livello, quelli che selezionano prodotti esclusivi e con una marcia in più.

I negozi che rivendono DELA e *Earthbound* sono lontani dalla guinzaglieria low cost, ma molto attenti al rapporto qualità/prezzo e al design. Non a caso l'offerta è dedicata al consumatore consapevole che sa riconoscere un collare, un guinzaglio o un cappottino prodotti artigianalmente e con i migliori materiali. Articoli di altissimo livello, che quindi rientrano a pieno titolo nel "lusso accessibile" proprio grazie a uno studio accurato del prezzo finale, elemento fondamentale per il buon funzionamento di ogni pet shop, soprattutto durante i periodi difficili.

DELA, forte della sua qualità, offre una garanzia di almeno tre anni su ogni articolo e fornisce tutti gli strumenti indispensabili per promuovere al meglio in negozio le sue collezioni. (M.E.)

BRITISH ELEGANCE FOR DOGS

Elegant coats, raincoats with tartan padding: even the most demanding customers will love *Earthbound* accessible luxury

Those who sell high-quality dog accessories already know: customers are attentive to materials and processing. But there is more. They also look for original and classy products, no "kitsch".

These are the feature of *Earthbound* collections: the British company features a decennial experience in artisan processing of fabrics and leather for the finest dog' products. They are now distributed in Italy thanks to DELA.

BRITISH COATS AND RAINCOATS

Coats are the main star of *Earthbound* broad offer, which also includes soft-leather collars and leashes.

Here come the elegant raincoats made of waxed cotton and solid colours (green, red, beige, blue or brown). They also feature a light padding with tartan cotton. Besides materials, details are also appreciated by demanding owners: corduroy collar, matching tape on the edges, old-looking metal belt eyelets, buttonhole for the harness ring (handy and requested). The raincoats are no way inferior to the famous British coats for humans in waxed colours we all know, a symbol of timeless elegance.

For cold-sensitive dogs *Earthbound* collection offers warm tweed coats, with soft and warm sherpa padding, Velcro fastening to improve wearability. Colours recall British countryside and come in five popular versions.

NOT ONLY HARNESS OR LEASH

It is hard to match the style and quality of *Earthbound* coats, which also offers a special collection for special breeds such as dachshund. That is what draw DELA's attention, the Italian brand present on the market for 5 years. The constant research for artisans capable to embody the "accessible luxury" philosophy for dogs led the company to sign a partnership agreement with the British brand. That was the beginning of a productive collaboration and DELA catalogues, which offer collars, harness, leashes and made in Italy beauty products, now include elegant products recalling the idea of countryside gentlemen, sober and elegant.

DEDICATED TO AWARE CUSTOMERS

The distribution in Italy has received a warm welcome, especially from high-level pet shops that select exclusive and original products.

DELA and *Earthbound* products are available in shops far from low-cost leashes; on the contrary, they are very attentive to price/quality ratio and design. The offer is dedicated to aware customers, capable to discern a handcrafted collar, leash or coat featuring the best materials. The high-quality products are therefore fundamental for all specialized shops, especially during hard times.

DELA believes in its quality: the company offers a three-year guarantee for each product and provides all the necessary tools to promote its collections in shops.

Mastica e rigenera

L'innovativo snack al collagene dai molteplici benefici per i quattro zampe dei tuoi clienti



Sul mercato americano e canadese è già un best seller. Ora, anche per i tuoi clienti, arriva per la prima volta in Italia una grande innovazione nel mondo degli snack da masticare per cani. Artefice di questa novità è Farm Company, molto fiera di presentare sul nostro mercato *Nothin' to Hide*TM, la nuova gamma di masticativi a base di collagene - proteina dagli innumerevoli benefici - in cinque differenti forme e due gusti.

Nothin' to HideTM

Digeribilità pari al 96,7%

Alternativa sicura e altamente digeribile agli ossi in pelle bovina, gli snack *Nothin' to Hide*TM sono realizzati mediante un processo brevettato che utilizza collagene puro, prodotto in stabilimenti di produzione di collagene ad uso umano, certificati GFSI.



Il processo produttivo parte da una miscela di collagene in polvere molto fine che viene idratata, modellata e cotta al forno. La superficie esterna viene successivamente ricoperta con un sottile strato di manzo o pollo, per garantire massimo sapore e appetibilità.

FARM COMPANY

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



*Nothin' to Hide*TM garantisce un tasso di digeribilità pari al 96,7% rispetto al 40-50% della tradizionale pelle bovina. Inoltre non contiene additivi né componenti chimici, è sicuro e salutare per i pet, promuove la masticazione e garantisce denti e gengive sani.

I benefici del collagene

Il collagene è un vero e proprio alleato del benessere: è la proteina più abbondante nell'organismo e forma una vera e propria "impalcatura" di sostegno per numerosi organi e tessuti. Si trova concentrata nel derma, in ossa, cartilagini, legamenti, tendini, e in generale ovunque ci sia del tessuto connettivo. In ambito umano, l'uso di integratori di collagene è ormai diffuso da diversi anni per nutrire e rigenerare le cartilagini articolari, i tendini, i legamenti e le ossa.



E molteplici sono anche i benefici per i nostri amici animali. Il collagene è particolarmente indicato per animali giovani in crescita, cani sportivi da lavoro e cani anziani con problemi all'apparato motorio scheletrico. Ma non è tutto. È un sostegno per i cuccioli nel periodo della crescita, per le femmine in gravidanza e allattamento, aiuta a limitare i dolori articolari in età avanzata e a prevenire artrosi e



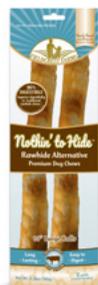
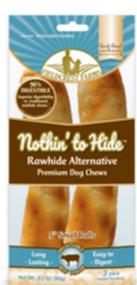
altri disturbi articolari. Rinforza la muscolatura, favorisce la riduzione dei grassi e migliora il processo digestivo. L'integrazione di questa proteina è utile anche negli stati post operatori e post traumatici.

Due gusti in cinque forme

La linea *Nothin' to Hide™* si presenta in cinque differenti forme, ciascuna disponibile sia al gusto Manzo che al gusto Pollo:

- *Small Rolls* 2 pezzi misura S/M;
- *Large Rolls* 2 pezzi misura L;
- *Small Twist Stix* 10 pezzi;
- *Flip Chips* 8 pezzi;
- *Rings & Bones* 12 pezzi assortiti.

Tutte le referenze sono proposte in confezioni appendibili e con zip richiudibile salva-fraganza. (A.O.)



CHEW AND RESTORE

Innovative collagen treat with several beneficial effects on your customers' pets

It is already a best seller on the American and Canadian market. It is now available in Italy for the first time, a great innovation in the sector of chewable dog treats. Farm Company is proud of introducing *Nothin' To Hide™* on our market: the new range of chewable treats with collagen, available in five different shapes and two flavours.

96.7% DIGESTIBILITY

Safe and digestible alternative to bovine bones: *Nothin' To Hide™* treats feature a patented process using pure collagen from human-grade collagen plants with GFSI certifications.

It all starts with a fine mix of powder collagen, which is rehydrated, shaped and oven-baked. A fine layer of beef or chicken is then applied to the external surface to ensure the utmost flavour and palatability.

Nothin' To Hide™ ensures a 96.7% digestibility rate, compared to 40/50% of traditional bovine skin. Moreover, it is free from additives or chemical ingredients, it is safe and healthy for pets, it promotes chewing and ensures healthy teeth and gums.

BENEFICIAL EFFECT OF COLLAGEN

Collagen is a real ally for well-being: it is the most copious protein of the organism and it supports several organs and tissues. It is located in the skin, bones, cartilages, ligaments, tendons and wherever there is connective tissue.

The use of collagen supplements is very popular among humans, to nourish and regenerate articular cartilages, tendons, ligaments and bones.

There are several beneficial effects for pets as well. Collagen is particularly suited for young growing pets, sporty and working dogs or senior dogs with skeletal or motility ailments. Moreover, it is also suited for growing puppies, for pregnant dogs and during lactation. It also helps reduce age-related articular pain and prevent arthrosis and other articular ailments. It strengthens muscles, it helps reduce fats and improve digestion. Collagen is also useful after surgeries or traumas.

TWO FLAVOURS IN FIVE SHAPES

Nothin' To Hide™ line features five different shapes, all available with *Beef* or *Chicken*:

- *Small Roll* 2 pieces, size S/M;
- *Large Roll* 2 pieces, sizes L;
- *Small Twist Stix* 10 pieces;
- *Flip Chips* 8 pieces;
- *Rings & Bones* 12 pieces.

All packages can be hanged and feature re-sealable and freshness-preserving zipper.



Food Valley: fonte d'ispirazione

Una filosofia nutrizionale unica, con radici profonde nella cultura di tre generazioni della Famiglia Gambarelli



Mister Pet coltiva da sempre una profonda cultura delle materie prime e di come vengono cucinate, grazie ad una straordinaria identità con il territorio dove tutto questo è nato e continua a evolversi, la Food Valley italiana: la zona più ricca per numero di prodotti DOP e IGP. L'azienda studia ogni ricetta in collaborazione con veterinari, nutrizionisti e università; l'équipe di ricercatori è impegnata costantemente per soddisfare al meglio le esigenze nutrizionali dei cari amici a quattro zampe, sempre nel rispetto della loro istintiva alimentazione naturale.


MISTERPET

MISTER PET SPA
tel. 0521340323
fax 0521340321
www.misterpetsrl.com
info@misterpetsrl.com

dienti sono selezionati in base alla loro provenienza e origine e vengono usate solo materie prime da allevamenti che si attengono alle norme etiche sul trattamento degli animali, o da pesca ecosostenibile. Molti ingredienti arrivano dal territorio della Food Valley, lo stesso in cui ogni giorno Mister Pet cucina gli alimenti selezionati delle proprie ricette, con la medesima cura che ci metterebbe ogni proprietario pet nella sua cucina di casa.



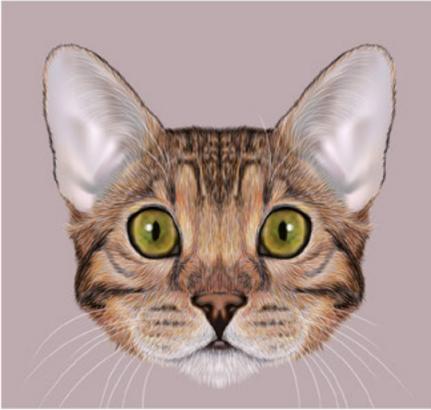
Grande passione e qualità nelle ricette

La "Cucina" Mister Pet propone un'ampia gamma di carni e pesce, come richiede la natura del cane e del gatto, gamma selezionata in base al valore biologico e agli aspetti nutrizionali dei vari ingredienti. Gli *animal ingredients* vengono arricchiti con erbe officinali, frutta, verdura e prebiotici, per un giusto apporto di vitamine, fibre, antiossidanti, come aiuto al benessere generale. Tutti gli ingre-

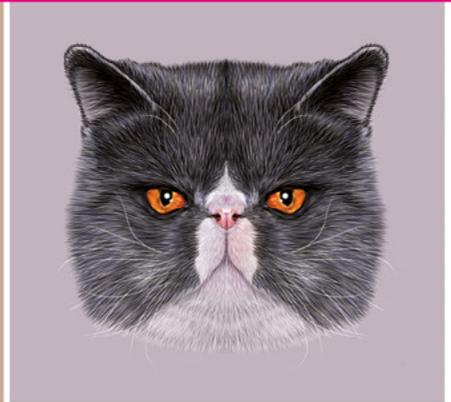
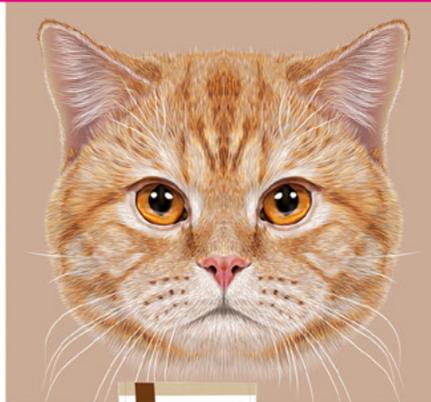
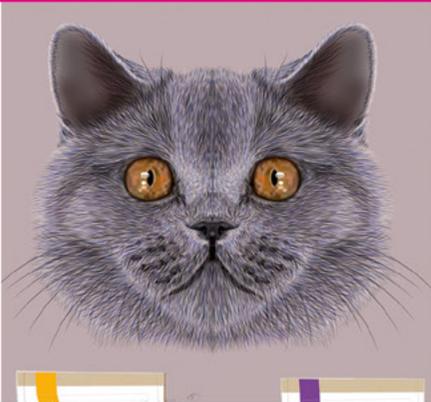


Tutte le ricette si differenziano per l'elevato uso di carne e ingredienti freschi, lavorati con le tecnologie più avanzate, a bassa temperatura e con la tecnica della precottura a vapore, cioè con processi che preservano l'integrità delle proteine e rendono tutti i nutrienti più disponibili all'assimilazione.





Segno particolare: Buone per Tutti.



Crockex

by Mister Pet

Naturals

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



 MISTERPET



La gamma di ingredienti si differenzia in termini di varietà e ricchezza nutrizionale:

- carni bianche - anatra, quaglia, pollo, tacchino, oca, maiale;
- carni rosse - bufalo, cervo, agnello, cinghiale;
- pesce - salmone, tonno, sgombro, trota, aringa, sardine, pesce di mare; e, in più, alghe marine;
- frutta e verdura - ananas, mela verde, malagrana, mora, mirtillo rosso, mirtillo nero, rosa canina, cicoria, piselli;
- erbe officinali e semi - tarassaco, cardo mariano, lespedeza, rosa canina, rosmarino, semi di lino;
- radici e tuberi - patata dolce (basso contenuto glicemico), yucca, barbabietola.

Investire in ricerca

Oltre a lavorare le materie prime nel proprio stabilimento, Mister Pet sviluppa internamente le proprie fonti di Omega 3, Omega 6 e Digest Naturali. Da tantissimi anni, infatti, la famiglia Gambarelli investe nella ricerca di ingredienti e miscele che possano conferire alle ricette delle caratteristiche uniche e finalizzate alla massima ottimizzazione dei benefici nutrizionali.

I laboratori custodiscono decine e decine di studi su varie materie, dalle proteine ai grassi e alle miscele di antiossidanti e prebiotici: giorno dopo giorno si aggiunge un tassello di conoscenza, portando l'azienda ad essere all'avanguardia sulla nutrizione animale.

Qui vengono lavorate e utilizzate le carni e il pescato sotto varie forme, che vanno dalla carne fresca, congelata, fino ad arrivare al disidratato e all'idrolizzato, che sono prodotti all'interno degli stabilimenti della famiglia. Per questo la "Cucina" Mister Pet rappresenta un'eccellenza non solo in Italia ma a livello

FOOD VALLEY: SOURCE OF INSPIRATION

Unique nutritional philosophy deeply rooted in the culture of the three generations of Gambarelli Family

Mister Pet always pays great attention to raw ingredients and how they are cooked, thanks to the extraordinary identity with the land where everything began and still evolves, the Italian Food Valley. It is the richest area in terms of DOP and IGP products. The company develops all recipes in collaboration with veterinarians, nutritionists and universities. The team of researchers is constantly committed to meet at best the nutritional needs of pets, fully respecting their instinctive natural nutrition.

GREAT PASSION AND QUALITY IN RECIPES

Mister Pet "Cooking" offers a broad range of meat and fish, just like the nature of cats and dogs requires. The selection pays attention to the biological value and nutritional features of ingredients. *Animal ingredients* are supplemented with herbs, fruit, vegetables and prebiotics to ensure the correct intake of vitamins, fibres, and antioxidant for the overall well-being. All ingredients are selected according to their origin. The company only uses ingredients from suppliers complying with ethical regulations on animal farming or sustainable fishing. Plenty of ingredients come from the Food Valley, the same land where Mister Pet cooks its products every day, with the same care of pet owners in their kitchen.

All recipes feature fresh meat and ingredients, processed with the most modern technologies at low temperatures, with steam pre-cooking to preserve protein integrity and improve the ingredients absorption.

The range of ingredients varies to ensure nutritional variety and richness:

- white meat - duck, quail, chicken, turkey, goose, pork;
- red meat - buffalo, venison, lamb, boar;
- fish - salmon, tuna, mackerel, trout, herring, sardine and sea fish, plus seaweed;
- fruit and vegetables - pineapple, green apple, pomegranate, blackberry, cranberry, blueberry, dog rose, chicory, pea;
- herbs and seeds - dandelion, milk thistle, lespedeza, dog rose, rosemary, linseeds;
- roots and tubers - sweet potatoes (low glycaemic index), yucca, beetroot.

INVESTMENT ON RESEARCH

Besides processing raw ingredients in its plant, Mister Pet produces its source of Omega 3, 6 and Digest Natural. For years, Gambarelli family has been investing on researching ingredients and mix capable to provide unique features, to ensure the utmost nutritional effect.

Laboratories store dozens of studies on various substances, from proteins to fats and mix of antioxidants and prebiotics: day by day they add a piece of knowledge, leading the company to the vanguard of animal nutrition.

The company processes and uses meat and fish in various ways, from fresh, frozen meat to dehydrated and hydrolysed, which are produced within the plant.

That is why Mister Pet "Cooking" is an excellency not only in Italy but all over the world. The company won Quality Awards 2021 with two high-quality brands: *Primordial Grain Free* for dogs (awarded even by veterinarians) and *Vivere Low Grain* (awarded by consumers).





mondiale, riconosciuta con l'assegnazione dei Quality Awards 2021, vinti dai due brand Mister Pet di più alta qualità: *Primordial Grain Free* per cani (premiato addirittura dai Medici Veterinari) e *Vivere Low Grain* (premiato dai consumatori).



Sicurezza e tracciabilità alimentare garantite

Affondando le sue radici nella tradizione, di generazione in generazione la famiglia Gambarelli si tramanda le conoscenze su materie prime e nutrizione animale per utilizzare solo ingredienti altamente selezionati e prevalentemente freschi: carni, pesce, frutta, verdura e piante officinali vengono tracciati e controllati in ogni fase dei processi produttivi. All'arrivo degli ingredienti, viene effettuato un attento controllo qualità, seguendo i rigidi criteri legislativi in vigore nel settore

FOOD SAFETY AND TRACEABILITY GUARANTEED

With deep roots in tradition, generation after generation Gambarelli family passes on the knowledge on raw ingredients and animal nutrition, in order to use selected and mainly fresh ingredients: meat, fish, fruit, vegetables and herbs are traced and controlled in every step of production. Once ingredients reach the plant they undergo strict quality controls, in compliance with Italian food regulations. Mister Pet system ensures product traceability throughout the chain, ensuring the identification and story of each batch and product. Vegetable, fruit and cereals come from non-GMO farms, which is also ensured by attentive laboratory tests. Meat and fish are selected after origin and breeding type. The choice of using certified fish is a record: trout is certified IGP and FOS, salmon is certified ASC, Global Gap and MSC while tuna is certified MSC.

This happens in the heart of the Food Valley, the richest land in the world in terms of certified and high-quality ingredients: that is why since 2003 Parma hosts EFSA (European Food Safety Authority).

SEE YOU AT ZOOMARK IN BOLOGNA

Mister Pet will take Zoomark International, which will be held in presence at BolognaFiere, from 10 to 12 November Hall 30, Stand D62-D64. The two winners of Quality Awards 2021, the new super premium line for cats *Crockex Naturals*, and more products will be available at the company's stand.

del food in Italia. Il sistema qualità Mister Pet permette la tracciabilità e rintracciabilità del prodotto lungo tutta la filiera, garantendo l'identificazione e lo storico di vita per ogni lotto di produzione e ogni suo componente. Le coltivazioni da cui provengono verdura, frutta e cereali, sono rigorosamente NO OGM, aspetto che viene verificato da attente analisi di laboratorio. Le carni e il pesce sono selezionati in base all'origine e al tipo di allevamento. La scelta di utilizzare esclusivamente pesce certificato è un primato assoluto: la trota è certificata IGP e FOS, il salmone è certificato ASC, Global Gap e MSC, mentre il tonno è certificato MSC.

Tutto questo avviene nel cuore della Food Valley, il luogo più ricco al mondo di ingredienti certificati e di altissima qualità, tanto che Parma è dal 2003 la sede dell'EFSA, l'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare.

Appuntamento a Zoomark di Bologna

Mister Pet parteciperà alla fiera Zoomark International, che si terrà in presenza a BolognaFiere, dal 10 al 12 novembre. Pad. 30, Stand D62-D64. Allo stand troverai i due brand vincitori dei Quality Awards 2021, la nuova linea super premium per gatti *Crockex Naturals*, e tanto altro ancora. (C.G.)



La crocchetta 3+ diventa grande

MSM Pet Food amplia i suoi orizzonti e i suoi stabilimenti per garantire massima diffusione alla pralina triplo strato tanto amata dai pet



La rivoluzionaria crocchetta triplo strato, vero cuore di ogni ricetta MSM Pet Food, sta riscuotendo grande successo in Italia e sui mercati esteri. Per chi ancora non lo sapesse, l'innovazione distintiva del brand rispetto alla concorrenza è un'irresistibile pralina croccante che racchiude energia (nel nucleo più interno), nutrimento (nella parte centrale) e gusto (nell'involucro esterno)...insomma: +gusto, +benessere, +prelibatezza.



La sede dell'azienda
Company's headquarters

MSM Pet Food è un'azienda nata nel 2008 dall'intuizione di Luca Mognetti, un giovane imprenditore che ha individuato in un settore dinamico come quello del pet food un'ulteriore possibilità di sviluppo. In questi anni di attività la crescita è stata costante, grazie all'impegno di tutti i comparti aziendali e in particolar modo grazie alla strategia produttiva. L'azienda ha infatti ripreso la filosofia dell'estrusione selettiva degli amidi, innovandola con tecniche moderne che permettono di proporre un'ampia gamma di prodotti per cani e gatti, in continua evoluzione ed espansione, compresi quelli più vicini alle esigenze del mercato attuale.



MSM PET FOOD SRL
tel. 0309361245
www.msmpetfood.com
info@msmpetfood.com



Ampliamento e rafforzamento

Gli obiettivi di crescita prefissati hanno portato a una realtà produttiva che in Italia - e si può dire in Europa - per quanto riguarda il segmento extra-grassato rappresenta un vero e proprio modello produttivo, grazie a un impianto tecnologicamente avanzato e all'avanguardia, completamente automatizzato. L'attuale assetto produttivo consente all'azienda di produrre tre diverse linee a marchio proprio e di venire considerata partner ideale come produttore di private label da tutte quelle realtà che riconoscono nella particolare tecnica produttiva di MSM Pet Food una valida opportunità di business come alternativa agli alimenti tradizionali presenti sul mercato.



Luca Mognetti, titolare di MSM Pet Food
Luca Mognetti, owner at MSM Pet Food





Il nuovo impianto, che ha una capacità di 30.000 tonnellate/anno, si avvale di una doppia linea di estrusione, con estrusore Clextral *high performance* di ultima generazione, di una doppia linea di miscelazione e di una linea di insacco e pallettizzazione da 600 sacchi/ora.



La strategia di espansione commerciale è sostenuta dall'ampliamento dell'azienda e della sua capacità produttiva, anche in vista di un ulteriore rafforzamento dell'organico, in particolare per quanto riguarda lo sviluppo della rete commerciale e degli investimenti in Ricerca&Qualità con lo studio della nuova linea gatto e l'ampliamento del laboratorio. L'azienda sta infatti sviluppando anche la propria rete distributiva sia sul territorio nazionale che sui mercati esteri, proprio per la sua capacità produttiva in continua crescita.



L'impianto è completamente automatizzato con gestione da PLC e produce oltre 50 ricette sia per cane che per gatto, con grande flessibilità nel gestire anche ricette personalizzate per il private label.



Il processo produttivo

Alla base di tutto ci sono l'alta qualità delle materie prime e gli ingredienti tracciabili e selezionati. Ma altrettanto importante è il processo di lavorazione a cui sono sottoposti per garantire un prodotto di primissimo livello. È così che nasce la rivoluzionaria crocchetta 3+, la crocchetta triplo strato che prevede tempi di cottura differenziati per le



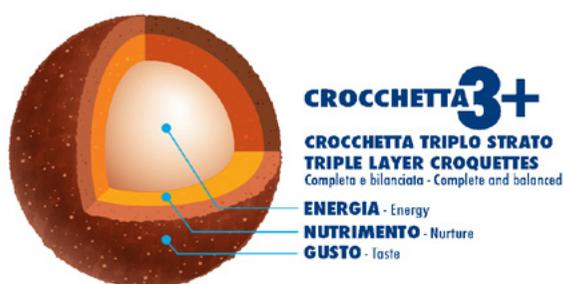
single materie prime, con un'appetibilità eccezionale per tutti i cani, anche quelli dai gusti difficili.

- Fase 1: all'interno si trova un nucleo leggero di amidi, sottoposti a estrusione, al fine di ottenere un'elevata digeribilità.

- Fase 2: il secondo strato si compone di proteine animali, sostanze minerali e vitamine miscelate a freddo per preservare al meglio le caratteristiche nutrizionali e organolettiche, senza sottoporre gli ingredienti di origine animale a un'ulteriore cottura ai danni della frazione proteica e conservando l'integrità delle vitamine.

- Fase 3: infine, uno strato avvolgente e appetitoso di grasso animale.

Il risultato è una crocchetta che racchiude energia, nutrimento e gusto.



Carne, FOS, MOS e nutrienti specifici

Formulata con carne come primo ingrediente, Pettys è da sempre la linea di punta dell'azienda: alimenti superpremium di alta qualità per il cane con la rivoluzionaria crocchetta



3+ KIBBLE GROWS

MSM Pet Food broadens its horizon and plants, in order to further spread the most popular 3+ kibble

The revolutionary 3-layer kibble, core of each recipe by MSM Pet Food, is meeting with a broad success in Italy and abroad. For those who still do not know, the brand's distinguishing feature is a crispy kibble featuring energy (inner layer) nourishment (in-between layer) and taste (outer layer): +taste, +well-being, +delicacy.

MSM Pet Food was founded in 2008 after the intuition of Luca Mognetti, a young businessman who spot another opportunity for development in the growing pet food industry. The business has grown constantly over the years, as a result of hard work and commitment of all the company's divisions, and in particular, its production strategy.

The company innovated the process of selective extrusion of starches with modern techniques, thus offering a constantly evolving and expanding range of products for cats and dogs, including those designed to meet the demands of today's market.

BROADENING AND STRENGTHENING

The company's growth targets led the company to be a real model in Italy (and Europe), with regards to the fat-coating segment. This is possible through a technologically modern and completely automatized plant.

The company can currently produce three private label lines: it is the perfect partner for those who acknowledge MSM Pet Food production technique as an important business opportunity, alternative to traditional food available on the market.

The new plant can produce 30,000 tons/year with a double extrusion line, last-generation *high-performance* Clextral extruder, a double blending line, one packing and palletization line with 600 packs/hour. The plant is completely automated and managed through PLC. It manufactures over 50 cats/dogs recipes with flexibility in managing private label customized recipes.

The commercial growth strategy is supported by the growth of the company and its producing capacity, in view of a staff increase. In particular, the company will increase its sales network and R&D investments, to develop the new cat line and to broaden the laboratory. The company is broadening its sales network in Italy and abroad because of its increasing manufacturing capacity.

MANUFACTURING PROCESS

Everything starts with high-quality raw ingredients, as well as traceable and selected ingredients. The manufacturing process is equally important to ensure a top-quality products. That is how the revolutionary 3+ treat is born. The three-layer kibble requires different cooking times for each raw ingredient, ensuring extraordinary palatability for all dogs, even demanding ones.

- Step 1: in the middle, a light core of starches, extruded to ensure high digestibility;
- Step 2: the second layer consists of animal proteins,



3+. Cibi sani, nutrizionalmente completi e bilanciati che contengono ingredienti scelti, per migliorare il benessere e l'equilibrio dell'animale, formulati in base alla taglia, all'età e ai particolari stili di vita.

Con carne o pesce, gli alimenti Pettys hanno tutti un ingrediente in comune: l'amore per gli amici a quattro zampe. Ogni alimento contiene FOS (frutto-oligosaccaridi) e MOS (mannano-oligosaccaridi) che favoriscono il benessere gastrointestinale e supportano un sistema immunitario forte, contribuendo a sviluppare le naturali difese immunitarie; condroitina, glucosamina e MSM (metilsulfonilmetano) per lo sviluppo delle articolazioni e delle ossa, alga spirulina che contribuisce al mantenimento della vitalità e del benessere generale del cane, yucca schidigera che aiuta a ridurre il cattivo odore delle feci.

Una linea attenta alle tasche del tuo cliente

La gamma premium è rappresentata da *Play Dog*, prodotti di qualità caratterizzati da un'elevata energia metabolizzabile. La completezza della linea permette di soddisfare le esigenze di cani di tutte le razze nelle diverse fasi della loro vita, con un rapporto qualità/prezzo ottimale per ogni tipologia di consumatore. *Play Dog Activity* è un alimento completo indicato per cani sportivi in piena attività e per cani che vivono all'aperto durante la stagione fredda: con un aumentato apporto di proteine e grassi, va a soddisfare i bisogni nutrizionali dei cani attivi senza la necessità di somministrare pasti voluminosi. *Play Dog Extreme Plus* è un alimento completo appositamente formulato per le esigenze nutrizionali dei cani impiegati in attività sportiva prolungata e duratura (attività venatoria, intensi allenamenti anche in condizioni climatiche particolarmente difficili). È anche indicato per cani da lavoro e per cani nordici da sleddog. Fornisce un adeguato apporto di proteine e grassi, anche in questo caso senza la necessità di somministrazione di pasti voluminosi.

A completamento della linea, *Play Dog* propone diversi prodotti di mantenimento - pensati anche per cani non sportivi - disponibili in diversi gusti, tra cui agnello e anatra (unici sul mercato in questa particolare categoria di prodotti).

Dedicato agli allevatori

MSM Professional è la linea con ricette dalle grandi prestazioni pensata per gli allevatori

professionisti. Le caratteristiche della crocchetta 3+ permettono di realizzare prodotti per tutti i tipi di animali - compresi cani attivi, sportivi e da lavoro - che necessitano di energia fresca disponibile e immediata. (D.F.)

mineral substances and vitamins. They are cold mixed to preserve their nutritional properties and flavour. Ingredients of animal origin are not further cooked to preserve the integrity of proteins and vitamins.

■ Step 3: a tasty, animal fat coating is applied.

The result is irresistible, crunchy kibble that provides energy, nutrition and taste.

MEAT, FOS, MOS AND SPECIFIC INGREDIENTS

Meat as first ingredient: *Pettys* still is company's flagship line, with high-quality super premium food for dogs and the revolutionary 3+ kibble. It ensures healthy, nutritionally complete and balanced food with ingredients selected to improve the pet's well-being and balance, according to age, size and life style.

Pettys products contain meat or fish, but they all share a common ingredient: love for our four-legged friends. Each product contains FOS (fructo-oligosaccharides) and MOS (mannan-oligosaccharides), which support the gastrointestinal well-being and support a strong immune system, developing the natural immune defences. Chondroitin, glucosamine and MSM (methylsulfonylmethane) ensure the growth of bones and articulations, while alga spirulina help preserve dog's vitality and overall well-being and yucca schidigera helps reduce excrements' foul odours.

LINE ATTENTIVE TO CUSTOMERS' BUDGET

Play Dog represents the premium range: quality products with highly digestible energy. The completeness of *Play Dog* range meets the needs of dogs of all breeds at different stages of their lives, with excellent price-quality ratio. *Play Dog Activity* is the complete food for sporty dogs and dogs living outdoors during the cold season. It ensures an extra intake of proteins and fats to meet the nutritional needs of active dogs without large meals. *Play Dog Extreme Plus* is specifically suited for the nutritional needs of dogs with prolonged activity (hunting, intense training even under adverse weather condition). It is also suited for working dogs and Nordic sled dogs. It provides adequate intake of proteins and fats, without large meals. Besides these two products, *Play Dog* line offers various maintenance products for dogs without sporting activity. Among the flavours available there are also lamb and duck (unique in the market for this category).

DEDICATED TO BREEDERS

MSM Professional is the line with high-performance recipes dedicated to professional breeders. The features of the 3+ kibble ensure products for all types of pets including active, sporting, working dogs that require fresh, available and immediate energy.



I nuovi nati della linea *Functional*

Due nuove referenze croccanti e gustose, arricchite con ingredienti funzionali, per la linea *Cliffi Snacks Functional*



Da oggi il negozio specializzato può proporre al cliente due nuove referenze della linea di biscotti funzionali *CLIFFI: Baby Coccole e Fantasia*. Si tratta di prodotti di nuova generazione tutto gusto e benessere, arricchiti con ingredienti funzionali, utili per l'organismo, per cani in gran forma. I biscotti della linea *Cliffi Snacks Functional Biscuits*, particolarmente apprezzati dai cani per il loro gusto irresistibile, la consistenza croccante e le proteine animali, offrono all'amico quattrozampe anche una o più componenti funzionali con benefiche proprietà.



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



ciali. Grazie alla loro appetibilità e alle loro dimensioni, sono ideali per l'addestramento e come ricompensa. Le sostanze minerali promuovono il corretto sviluppo di ossa e denti, cicoria e inulina favoriscono una corretta digestione e i lieviti apportano sostanze utili per supportare il sistema immunitario.

Particolarmente appetibili, grazie al contenuto di fegato che dona un sapore irresistibile, i biscotti *Fantasia* sono studiati per premiare e gratificare in modo corretto l'amico quattrozampe, dunque sono l'ideale sia per l'addestramento che come ricompensa. Contengono cicoria e inulina per favorire una corretta digestione e lieviti che apportano sostanze utili (prebiotici) per supportare un sistema immunitario sano. Sono preparati senza zuccheri né coloranti artificiali aggiunti.

Le due nuove referenze *Baby Coccole* e *Fantasia* vanno ad arricchire la gamma *Cliffi Functional Biscuits*, che ha riscosso grandi apprezzamenti grazie alla calibrazione e alla combinazione dei nutrienti che favoriscono il benessere dell'organismo, oltre a rappresentare una leccornia appetitosa e molto apprezzata da tutti i cani.



Nutrienti combinati per risultati concreti

Cotti al forno e studiati per soddisfare le esigenze dei cuccioli, i deliziosi biscotti *Baby Coccole* contengono prebiotici, calcio, fosforo, fegato e cicoria e sono senza zuccheri aggiunti e coloranti artifi-



All'insegna del gusto ma con una grande attenzione al benessere

L'appetitoso viaggio tra le referenze *Cliffi Functional* continua con *Protection*, *Dental Care* e *Light*, disponibili nelle due versioni per cani di taglia piccola e medio-grande.

I biscotti *Protection* contengono tè verde, fragola e betacarotene che apportano antiossidanti utili a contrastare i radicali liberi. Oltre all'ottimo gusto, offrono un prezioso supporto al benessere dell'organismo: non rappresentano infatti solo un delizioso spuntino e un'ottima ricompensa, ma costituiscono un valido aiuto nel supportare un sistema immunitario sano e nel contribuire a contrastare lo stress ossidativo e l'invecchiamento precoce provocati dai radicali liberi.



I *Dental Care*, con tè verde e sostanze minerali - e senza zuccheri aggiunti - sono stati studiati per garantire allo stesso tempo un'ottima appetibilità e buoni risultati sul piano dell'igiene orale. Questo grazie alla consistenza croccante (azione meccanica di pulizia dei denti), al tè verde (azione antiodorante, grazie alle catechine che inibiscono la proliferazione dei batteri) e alla presenza di preziosi minerali che hanno la capacità di legare gli ioni del calcio contrastando la formazione del tartaro senza danneggiare denti e gengive.

I biscotti *Light*, poveri di grassi e senza zuccheri aggiunti, sono più ricchi di fibre e danno senso di sazietà senza appesantire. Contengono carnitina, la cui funzione generale è quella di trasportare gli acidi grassi all'interno delle cellule, affinché vengano utilizzati sotto forma di energia. (M.F.)

NEW PRODUCTS FROM FUNCTIONAL LINE

Two new healthy, crispy and tasty products for *Cliffi Snacks* line, supplemented with functional ingredients

Specialist shops can now offer two new lines of *CLIFFI* functional biscuits. *Baby Coccole* and *Fantasie*. They are new-generation products ensuring taste and well-being, for healthy dogs. *Cliffi Snacks Functional Biscuits* combine irresistible taste with crispy texture and animal proteins, which are particularly appreciated by dogs, with one or more functional ingredients with beneficial effect.

INGREDIENT COMBINATION FOR REAL RESULTS

Delicious oven-baked biscuits, developed to meet the needs of puppies. *Baby Coccole* biscuits contain prebiotics, calcium and phosphorus, liver and chicory. They are free from added sugar and artificial colouring agents. Thanks to their palatability and size, they are suited for training and as reward. Mineral substances support the correct growth of bones and teeth; chicory and inulin support the correct digestion while yeasts ensure useful substances for the immune system.

Fantasie biscuits are extremely palatable thanks to liver: they are the perfect treat during training or as reward. Chicory and inulin ensure the correct digestion, while yeast provide useful substances (prebiotics) that support a healthy immune system. They are free from sugar and artificial added colouring substances. The two new *Baby Coccole* and *Fantasie* broaden *Cliffi Functional Biscuits* range, which is popular thanks to the balanced combination of substances supporting the well-being of the organism. Moreover, it is also a delicious treat loved by all dogs.

ATTENTIVE TO TASTE AND WELL-BEING

Cliffi Functional products also include *Protection*, *Dental Care* and *Light*. Each product is available for small and for medium-large dogs.

Protection biscuits contain green tea, strawberry and beta-carotene, which ensure useful antioxidants against free radicals. Besides the excellent flavour, they also support well-being. It is the healthy reward that also supports the immune system against oxidating stress and early ageing caused by free radicals.

Dental Care biscuits, with green tea and minerals (without added sugars) ensure excellent palatability and oral hygiene, thanks to: crispy texture (mechanical teeth cleaning), green tea (anti-odour thanks to catechins that stops bacterial growth), precious minerals capable to bind calcium ions and fight tartar formation without damaging teeth and gums.

Light biscuits are low on fats and contain carnitine, more fibres, less fats and no added sugar. They feature a higher fibre intake and ensure satiety without overloading the organism. Carnitine carries fatty acids inside cells, making sure that they are used as energy.

Va di moda il birdgardening

Ritrovare il piacere di nutrire i pennuti in libertà e assistere a uno spettacolo istruttivo e pieno di fascino



Capita raramente nei nostri centri urbanizzati di poter mostrare a un bambino un passerotto, un pettirosso, un merlo, una cinciallegra o uno dei tanti uccelli indigeni che popolano i cieli.

La linea *Wild Bird Feeding* di *Pinny Pet* è quindi perfetta per stimolare i clienti del vostro pet shop ad aiutare i volatili in libertà e favorire l'avvicinamento a un angolo di natura che altrimenti non si potrebbe conoscere.

E questa è la stagione giusta. Con l'avvicinarsi dell'inverno, infatti - diversamente dagli altri mesi dell'anno - gli uccelli selvatici che non migrano fanno fatica a trovare cibo. Offrire un nutrimento sano e adatto alle loro esigenze rappresenta un modo per attirarli, poterli osservare da vicino e interagire con loro.



Tutti i vostri clienti possono cimentarsi in questa splendida avventura, non serve necessariamente avere un giardino, bastano un terrazzo o un balcone. *Wild Bird Feeding* di *Pinny Pet* è una linea di alimenti giustamente proteici e studiati appositamente per le abitudini alimentari dei pennuti (mai improvvisare... somministrando cibo non idoneo).

Dal punto di vista commerciale inoltre, questa linea risponde alle richieste di un consumatore che, negli ultimi anni, ha acquisito una forte consapevolezza dei valori legati alla natura e all'ambiente.



PINETA ZOOTEKNICI SAS
tel./fax 0522553616
www.pinnypet.com
info@pinetazootecnici.com



Scegliere il prodotto giusto

Il processo di avvicinamento avviene in modo graduale: dapprima gli uccellini si aggirano nei dintorni con circospezione ma una volta presa confidenza diventano frequentatori abituali. Solitamente amano le *Wild Fatballs*, palle di grasso pronte all'uso, formulate con una ricetta specifica a base di grassi, speciali farine e semi, il tutto compresso e racchiuso all'interno di retine in plastica molto sottile da appendere agli alberi. Per il pet shop, le *Wild Fatballs* sono disponibili in cartoni da 100 palle confezionate singolarmente, in pacchetti da 6 pezzi e in pratico secchiello da 30 pezzi.



Un altro prodotto perfetto per la stagione invernale è *Wild Paté Winter*, un alimento completo con alte percentuali di grasso - molto utile per il freddo - nel giusto equilibrio tra semi e pastoncino arricchito con frutta e gamberetti (disponibile nel sacco da 900 g).





Molto amato da tutti i tipi di uccelli indigeni è *Wild 4 Seasons*, una miscela di semi selezionati con uvetta, fichi secchi e arachidi, indicata per l'alimentazione non solo in inverno ma anche durante tutto l'anno (disponibile nel sacco da 1 kg). La linea *Wild Bird Feeding* comprende inoltre *Wild Peanuts*, arachidi sguosciate indicate per diverse tipologie di uccellini (sacco da 1 kg) e *Wild Sunflower*, semi di girasole di cui i volatili sono davvero ghiotti (sacco da 600 g).

E al cliente che desidera un mix di prodotti potete proporre *Wild PartyMix*: un'unica confezione

che include palle di grasso, arachidi sguosciate e semi di girasole (confezione da 4 pezzi e secchiello da 30 pezzi).



Nutrirli per poterli osservare da vicino

Somministrare *Wild Bird Feeding*, spesso 'mettendosi nelle loro penne', significa dare agli uccellini in libertà un buon motivo per avvicinarsi e interagire; è come procurarsi un biglietto in prima fila per uno spettacolo istruttivo e affascinante.

In questo modo *Pinny Pet* porta avanti la sua filosofia che comporta un'offerta di prodotti sempre più articolata e varia, per soddisfare

le richieste di un mercato in continua evoluzione e migliorare la qualità della vita degli amici volatili, rispondendo ai nuovi trend di acquisto. (N.P.)

BIRDGARDENING IS THE CURRENT TREND

Discover the pleasure of feeding wild bird and look at an educational and charming show

In the city it is rare for kids to see sparrows, robins, blackbirds, great tits or one of the various indigenous birds. *Wild Bird Feeding* by *Pinny Pet* is the right chance to stimulate your customers to help wild birds and approach a part of nature they would not know otherwise.

This is the right season. Winter is approaching and wild birds that stay in towns find it hard to get food. Providing them with a healthy nourishment, suited for their needs, is an excellent way to attract them, observe and interact with them.

All your customers can enter this wonderful adventure. If there is no garden, a terrace or a balcony will be enough. *Wild Bird Feeding* by *Pinny Pet* is the line of protein food suited for the needs of birds (never improvise with inappropriate food).

In terms of business, the line meets the needs of customers that gained a strong awareness towards nature and the environment.

CHOOSE THE RIGHT PRODUCT

Approaching birds must be gradual: birds will fly around cautiously; once they will trust you, they will be frequent visitors. They usually love *Wild Fatballs*, ready to use with fats, special flours and seeds: they are pressed in thin plastic nets that can be hanged to trees. For shops, *Wild Fatballs* come in boxes with 100 individually-packed balls, in 6-ball packs or in handy 30-ball buckets. Another products suited in winter is *Wild Paté Winter*, the complete food with high fat percentage and balanced quantities of seeds and grit plus fruit and shrimps (900g bag).

Wild 4 Seasons is popular among bird types: a mix of selected seeds with raisin, dehydrated fig and peanuts suited all year long in 1kg bag. *Wild Bird Feeding* also includes *Wild Peanuts*, shelled peanuts suited for all bird types (1kg bags) and *Wild Sunflower*, very popular among birds (600g bags). For customers looking for a mixed pack there is *Wild PartyMix*: the package includes fat balls, shelled peanuts and sunflower seeds all together (4-piece bag and 30-piece buckets).

FEED AND WATCH THEM

Wild Bird Feeding offers a good reason to approach wild birds and interact with them. It is just like a ticket in the front row for an educational and charming show.

That is how *Pinny Pet* pursues its philosophy: an increasingly broader and varied offer to meet the needs of an ever-evolving market and to improve the life quality of birds according to new purchasing trends.



Due novità per quattro assi

Dai marchi di Ticinese, per i tuoi clienti è in arrivo la linea per cani *True Fresh* mentre per i mici ecco i golosi *Pillow Snack*



Il 2021 ha visto un cospicuo ampliamento del proprio catalogo prodotti per Ticinese Petfood, grazie alla nuova partnership con *Lily's Kitchen* di cui l'azienda è diventata distributore esclusivo per l'Italia.

Il portfolio ora comprende quattro marchi, fortemente connotati nel senso della qualità:

- *Enova*, brand dell'azienda, che fa della specializzazione negli alimenti secchi per cani il suo punto forte, composto da nove formule differenziate per caratteristiche nutrizionali e posizionamento nel mercato, mantenendo comunque tutte la promessa di qualità al giusto prezzo;
- *Carnilove*, marchio d'élite dell'azienda ceca Vafo Praha, che propone una gamma davvero completa composta da alimenti secchi, alimenti umidi in lattina, umidi in pouch e snack sia per cani e gatti;



• *Tribal*, l'azienda del Regno Unito che ha affiancato ai suoi alimenti pressati freddi, ormai noti per l'elevata qualità di ingredienti e processo di lavorazione, due linee ben assortite di alimenti umidi monoproteici e grain free (in salamotto) e di snack cotti al forno;

• *Lily's Kitchen*, brand britannico tra quelli a più rapida crescita e apprezzamento a livello continentale, che associa una filosofia nutrizionale improntata alla qualità a un'attenzione particolare per tutti gli aspetti della produzione, compreso l'impatto ambientale dei processi e degli imballaggi.

Novità gattose per *Lily's Kitchen*

La linea *Lily's Kitchen* ha visto l'aggiunta di numerosi nuovi prodotti per i nostri amati felini. Oltre all'aggiornamento della veste grafica delle linee di vaschette per gatti da 85 g *Organic* e *Core* (ora diventate *Smooth Paté*) sono state lanciate due nuove formulazioni di umidi, sempre completi e per gatti, ma in lattina: i *Tasty Cuts* 85 g, teneri bocconcini in salsa nei due gusti *Pollo* e *Pesce Oceanico* più un pratico *Multipack*, e gli *Shredded Fillets* 70 g, deliziosi sfilaccetti in umido anch'essi in due gusti, *Pollo & Cozze* e *Tonno & Salmone*, e relativo *multipack*.

Novità assoluta, sempre per i gatti, sono i *Pillow Snack*, croccanti fuori e morbidi dentro, disponibili nei due gusti, *Pollo* o *Salmone*.

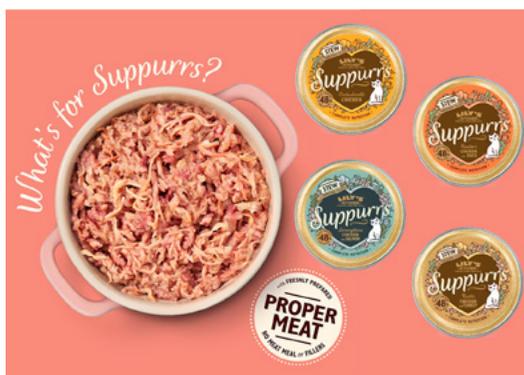
In ultimo è da segnalare il ritorno (dopo qualche mese di assenza) delle vaschette tonde *Suppurrs*

**TICINESE
PETFOOD**

TICINESE PETFOOD
tel. 0382573789
www.laticinese.it
info@laticinese.it



85 g, sfiziosi sfilaccetti di pollo cotti al vapore in un appetitoso sughetto, in quattro diverse ricette: *Pollo*, *Pollo con Salmone*, *Pollo con Tacchino* e *Pollo con Anatra*.



Carnilove, sempre più fresco, sempre più al top

Vafo Praha con *Carnilove* ha intrapreso ormai da anni la strada dell'innovazione. L'ultima frontiera è rappresentata dall'impiego esclusivo di carni fresche nella nuovissima linea *True Fresh*, che esordisce sul mercato con eccezionali snack in due gusti, *Coniglio con Zucca* e *Anatra con Frutti rossi*. Ottenuti mediante un delicato processo di liofilizzazione di carne fresca (90% del totale), verdure e frutti rossi,



questi premiatti rappresentano un'esplosione di nutrizione e sapore, in quanto l'esclusiva lavorazione lascia intatte tutte le proprietà nutrizionali e organolettiche degli ingredienti di partenza. Rappresentano solo il preludio all'imminente lancio di una nuova gamma di alimenti in crocchetta, sempre sotto il nome *Carnilove True Fresh*, molto attesi dal settore, essendo composti per un 60% pieno di sola carne fresca e per il restante 40% di verdure, frutti, erbe officinali e super food (zero cereali, zero patate, zero OGM), per un sapore e un potere nutrizionale insuperabili. (S.A.)

FOUR ACES AND TWO NEW BRAND LINES

From Ticinese brands, here come *True Fresh* line for dogs and tasty *Pillow Snack* for cats

In 2021 the catalogue of Ticinese Petfood has been remarkably broadened thanks to the new partnership with *Lily's Kitchen*: the company is the exclusive brand distributor in Italy.

The portfolio currently includes four quality brands:

- *Enova*, company's brand, which is specialized in dry dog food. The brand includes nine formulas, differentiated after their nutritional features and market placement. All products ensure quality at the right price;
- *Carnilove*, elite brand of Czech Vafo Praha. It offers a complete range of dry food, canned wet food, pouch wet food and treats for cats and dogs;
- *Tribal*, UK company famous for cold-pressed food featuring high-quality ingredients and processing technique. The company has launched two lines of single-protein and grain free wet food (sausage) and oven-baked treats;
- *Lily's Kitchen*, fast-growing British brand, appreciated all over the world. The brand combines a quality nutritional philosophy and special attention to all production stages, including the environmental impact of processes and packaging.

CAT NEWS AT LILY'S KITCHEN

Lily's Kitchen recently added several new products for cats. Besides the new graphic look of 85g cat *Organic* and *Core* (now *Smooth Paté*) pots, the brand launched two new wet complete canned formulas for cats: 85g *Tasty Cuts*, soft morsels with sauce (*Chicken* and *Ocean Fish* besides handy *Multipack*) and 70g *Shredded Fillets*, delicious wet fillets with *Chicken & Mussels* and *Tuna & Salmon* (plus multipack).

Pillow Snack are brand new treats: crispy outside and soft inside, available with *Chicken* or with *Salmon*.

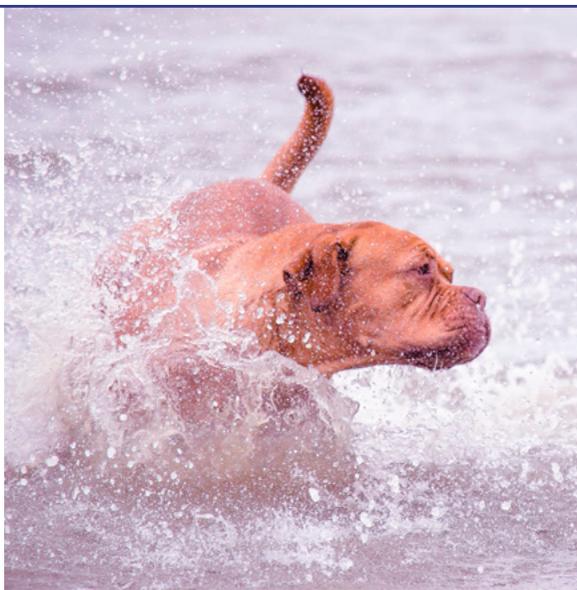
Last but not least, rounded 86g *Suppurrs* pots are back: delicious oven-baked chicken stripes with tasty sauce and four different recipes. *Chicken*, *Chicken with Salmon*, *Chicken with Turkey* and *Chicken with Duck*.

CARNILOVE, INCREASINGLY FRESHER, ALWAYS AT THE TOP

With *Carnilove*, Vafo Praha entered the path of innovation. The last frontier is the exclusive use of fresh meat for the new *True Fresh* line, which enters the market with delicious treats in two flavours: *Rabbit With Pumpkin* and *Duck with Red fruits*. Fresh meat (90% of the total), vegetables and red fruit are gently freeze-dried: these treats are an explosion of nutrition and taste, since the exclusive processing technique preserves all nutritional and organoleptic features. It is only the prelude for the forthcoming launched of a new range of kibbles, *Carnilove True Fresh*, with great expectation from the sector. The new range will include 60% fresh meat and 40% vegetables, fruits, herbs and super food (no cereals, no potatoes, no GMOs). The taste and nutritional power will be insurmountable.

Cinque ricette per cinque proteine

Salmone, pesce di mare, uova, agnello, pollame: per il cliente che sceglie ricette proteiche declinate per età ed esigenze del cane



Lanciata da poco meno di un anno sul mercato italiano, è subito piaciuta ai clienti del pet shop la nuova linea di *Happy Dog, fit & vital*, nata da una rivisitazione e un miglioramento della gamma di punta del brand, *Fit & Well*. L'idea di rivedere e implementare *Fit & Well* risponde appieno alla mission aziendale che è sempre stata quella di creare prodotti che offrano un'alimentazione sana, bilanciata e sostenibile, adatta alla dieta del cane in base alla sua evoluzione.

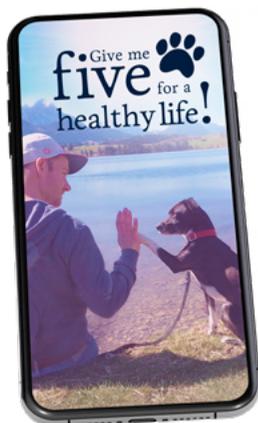
Salmone, pesce di mare, uova, agnello e pollame

Fit & vital si presenta con formule migliorate e ancora più bilanciate ed è pensata per tutti i vostri clienti che desiderano offrire una dieta naturale ai loro amici a quattro zampe.

In linea con il claim "Batti il cinque per una vita sana!", tutte le ricette forniscono al cane cinque fonti proteiche animali di alta qualità: salmone, pesce di mare, uova, agnello e pollame e in tutti i prodotti le proteine animali sono il primo ingrediente.

Tutte le varietà *fit & vital* sono prive di glutine, pertanto, adatte anche a cani particolarmente sensibili o con intolleranze alimentari.

Nelle formulazioni sono inclusi i preziosi acidi grassi Omega 3 e Omega 6, che aiutano a migliorare l'aspetto della pelle e del pelo diminuendo secchezza, desquamazione ed altri disordini affini. Inoltre, hanno anche



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



proprietà antinfiammatorie e contribuiscono a ridurre l'intensità della maggior parte di allergie come quelle da contatto o da inalazione.

Una ricetta per ogni occasione

Happy Dog Medium Adult e *Happy Dog Maxi Adult* sono indicati rispettivamente per cani adulti di taglia media, fra 11 e 25 kg di peso, o di taglia grande, sopra i 25 kg di peso e si presentano in crocchette proporzionate alla grandezza delle fauci. Oggigiorno l'eccesso di proteine o di grassi è spesso fattore scatenante di malattie croniche, specialmente se il cane non svolge abbastanza attività fisica. Pertanto, il contenuto energetico di queste due ricette è stato adattato a soggetti che svolgono almeno 2/3 ore di attività fisica al giorno.





Happy Dog Senior è per cani anziani di taglia media e grande. Con il passare degli anni, il metabolismo si modifica gradualmente e irreversibilmente, per

preservare quindi gli organi interni dal deterioramento è necessario che l'apporto di proteine, sodio e fosforo contenuti nell'alimento, sia inferiore. Tuttavia, il fabbisogno energetico non deve subire un calo eccessivo. Questa ricetta è arricchita con fibre, vitamina C, preziosi molluschi neozelandesi dalle labbra verdi e L-carnitina, di fondamentale importanza nel metabolismo muscolare, per contrastare gli eccessi di produzione di acido lattico e ritardare l'affaticamento.

Happy Dog Light Calorie Control è per cani di taglia media e grande. Con solo il 7% di grassi



e il 25,5% di proteine energizzanti, è particolarmente indicato in presenza di leggero sovrappeso o per il mantenimento del peso forma. Anche questa ricetta è arricchita con fibre, vitamina C, preziosi molluschi neozelandesi dalle labbra verdi e L-carnitina.

Infine, *Happy Dog Sport Adult* è stato sviluppato per cani di taglia media e grande con fabbisogni energetici e nutrizionali elevati, ad esempio sportivi o femmine in gravidanza/allattamento: per chi ha bisogno un po' di energia in più. (A.C.)

FIVE RECIPES FOR FIVE PROTEINS

Salmon, sea fish, eggs, lamb, poultry: for customers choosing proteic recipes developed after dog ages and needs

The new line of *Happy Dog, fit & vital*, was launched less than an year ago on the Italian market and it has already become popular among customers of specialized shops. The line was born after a restyling and improvement of brand's flagship range, *Fit & Well*. The idea of restyling and implementing *Fit & Well* line is fully in line with the company's' mission: developing products that provide dogs with a healthy, balanced and sustainable nutrition, according to their evolution.

SALMON, SEA FISH, EGGS AND POULTRY

Fit & vital features improved and more balanced formulas and it is dedicated to customers looking for a natural diet for dogs.

In line with the claim "Give me five for a healthy life!", all recipes provide dogs with five high-quality protein sources: salmon, sea fish, eggs, lamb and poultry. Animal proteins are always the first ingredients in each recipe.

All *fit & vital* recipes are free from gluten, thus suited for sensitive dogs or with food intolerances. Formulas also contain precious omega 3 and 6 fatty acids, which help improve the look of skin and fur reducing dry skin, desquamation and other related disorders. Moreover, they have anti-inflammatory effect and help reduce the intensity of most allergies, such as contact or inhalation allergies.

RECIPE FOR EVERY OCCASION

Happy Dog Medium Adult and *Happy Dog Maxi Adult* are respectively suited for medium-size adult dogs (11-25kg) and large-size adult dogs (over 25kg). The size of kibbles is proportional to the size of the mouth. Exceeding quantities of proteins or fats are often the main cause of chronic diseases, especially if dogs do not perform enough physical activity. The energy intake of these two recipes is suited for dogs doing at least 2/3 hours of physical activity every day

Happy Dog Senior is suited for medium and large senior dogs. Through the years the metabolism gradually and irreversibly changes: to preserve internal organs from deterioration, it is necessary to provide lower quantities of proteins, sodium and phosphorus. However, the energy intake must not be reduced too much. The recipe is supplemented with fibres, vitamin C, precious New Zealand green-lipped mussels and L-carnitine, which is fundamental in preserving the muscle metabolism, to fight excessive production of lactic acid and slow down fatigue.

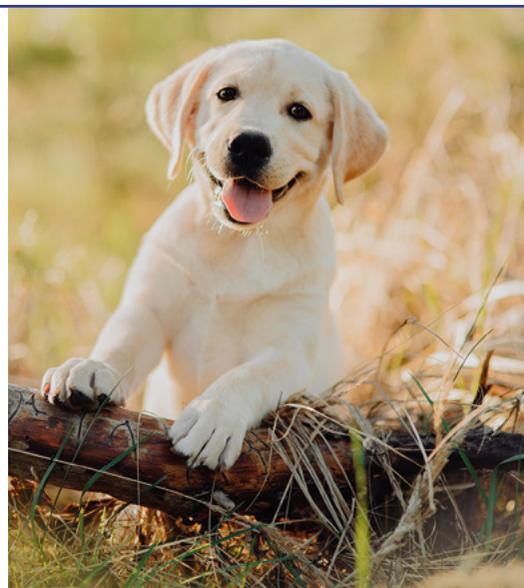
Happy Dog Light Calorie Control is suited for medium and large dogs. With only 7% fats and 25.5% energetic proteins, it is particularly suited in case of light overweight or for the maintenance of ideal weight. The recipe is also supplemented with fibres, vitamin C, precious New Zealand green-lipped mussels and L-carnitine.

Happy Dog Sport Adult is dedicated to medium and large dogs with elevated energy and nutritional needs, such as sporty dogs or female dogs during pregnancy/lactation: specific for dogs with extra energy needs.



Proteico tre volte più della carne fresca

La formula monoproteica, un solo cereale nobile e tanti superfood: è **Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain**



Una sola proteina, ma con una concentrazione tre volte superiore alla carne fresca, grazie all'utilizzo di soli ingredienti animali disidratati.

Un solo cereale, ma da una fonte nobile di alta qualità, qual è il riso.

Un superfood, anzi sei, ricchi di antiossidanti!

Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain

fa propri i concetti della tradizione mediterranea, in una linea chiara e essenziale suddivisa per taglia, età e stile di vita del cane, con un packaging fresco e intuitivo per andare incontro alle esigenze del proprietario pet.

Dorado®

DORADO SRL
tel. 042659140
fax 0426308158
www.exclusion.it
infoservice@exclusion.it



Carne e riso, ma soprattutto superfood

La ricetta è essenziale, studiata in base alle richieste nutrizionali del cane e si basa su ingredienti funzionali di qualità superiore. È presente una sola fonte proteica animale (*Monoprotein Formula*), pollo, manzo, agnello o tonno, disidratati, per una maggiore concentrazione di proteine. Non contiene mais, frumento o soia, ma semplicemente riso, (*Noble Grain*) come unica fonte di carboidrati nobili di alta qualità. È incluso solo grasso di maiale, cioè strutto alimentare, più puro

e più naturale, senza grasso di pollo aggiunto (*No Chicken Fat Added*) e solo tocoferoli antiossidanti naturali, (*Natural Preservation*) per la freschezza. Gli ingredienti della tradizione mediterranea sono canapa, olio d'oliva, pomodoro, melagrana, broccolo e cicoria (*Mediterranean Superfood*), fonte di nutrimento del microbioma intestinale, ricchi di antiossidanti contro i radicali liberi.

Inoltre *Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain* contiene beta-glucani da alghe *Euglena gracilis*

(*Immuno Defense*) che contribuiscono a rafforzare le difese immunitarie promuovendo il benessere dell'organismo, olio di camelina che favorisce la salute della pelle e la lucentezza del pelo (*Shining Coat*) e glucosamina e solfato di condroitina che migliorano la mobilità articolare favorendo lo sviluppo e il mantenimento di articolazioni sane (*Joint Health*).

Antiossidanti naturali selezionatissimi

Vediamo ora di illustrare le proprietà nutrizionali che distinguono *Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain*, una ricetta made in Italy e cruelty free.

La carne disidratata di pollo, agnello, tonno o manzo è ottenuta attraverso uno specifico processo



di cottura, che elimina circa il 60% di acqua, rimuove i batteri, virus, parassiti e la rende più sicura. Il risultato è un prodotto con una concentrazione proteica di circa tre volte superiore rispetto alla carne fresca a parità di peso indicato.



La freschezza è garantita da antiossidanti naturali.

Uno dei plus principali della ricetta è la presenza di canapa, olio d'oliva, pomodoro, cicoria, melagrana, broccolo come antiossidante e olio di camelina (ingrediente novità, definito dalla fitoterapia un vero elisir) che contiene vitamina E, importante antiossidante in grado di proteggere le cellule dai danni dei radicali liberi, migliorare la funzione immunitaria e aiutare a prevenire le malattie cardiache. Inoltre, l'olio di camelina favorisce la salute



della pelle e la lucentezza del pelo. La ricetta prevede l'utilizzo solo di riso, cereale nobile di alta qualità, senza mais, frumento e soia. Sono incluse glucosamina e solfato di condroitina per lo sviluppo e il mantenimento di articolazioni sane e beta-glucani che contribuiscono a rafforzare le difese immunitarie promuovendo il benessere dell'organismo. (E.C.)

THREE TIMES MORE PROTEIN THAN FRESH MEAT

Single-protein formula, one noble cereal and plenty of superfood: this is *Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain*

Only one protein, three times more concentrated than fresh meat thanks to dehydrated animal ingredients.

Only one cereal, from a high-quality noble source: rice.

Six superfoods rich in antioxidants!

Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain is inspired to Mediterranean tradition and it is developed according to size, age and lifestyle of dogs, with a fresh and intuitive packaging to meet the needs of pet owners.

MEAT, RICE AND ABOVE ALL SUPERFOOD

The recipe is essential and developed after dogs' nutritional demands and it focuses on functional ingredients of superior quality. It only features a single protein source (*Monoprotein Formula*), chicken, beef, lamb or tuna, dehydrated to ensure a higher protein concentration. It does not contain corn, wheat or soy: rice (*Noble Grain*) is the single source of high-quality noble carbohydrates. It only includes pork fat (lard), which is more natural and with *No Chicken Fat Added*. Moreover, it relies on tocopherols, natural antioxidants (*Natural Preservation*) to ensure freshness. Ingredients from Mediterranean tradition are hemp, olive oil, tomato, pomegranate, broccoli and chicory (*Mediterranean Superfood*), nourishing source for the intestinal microbioma, which in antioxidants against free radicals.

Moreover, *Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain* contains beta glucans from *Euglena gracilis* seaweed (*Immuno Defense*), which help strengthen the immune defences and promote the organism well-being. Camelina oil supports the health of skin and the brilliance of fur (*Shining Coat*), while glucosamine and chondroitin sulphate improve articular motility as well as healthy articulations (*Joint Health*).

SELECTED NATURAL ANTIOXIDANTS

Here are the nutritional features of *Exclusion Mediterraneo Monoprotein Formula - Noble Grain* the made-in-Italy and cruelty-free recipe.

Dehydrated chicken, lamb, tuna or beef are the result of a specific cooking process that removes nearly 60% water and removes bacteria, viruses, parasites, thus making it safer. The result is a product with three times more proteins compared to fresh meat for the same weight.

Freshness is ensured by natural antioxidants.

One of the main plus features of the recipe is the inclusion of hemp, olive oil, tomato, chicory, pomegranate, antioxidant broccoli and camelina oil (new ingredient and real elixir) with vitamin E. Camelina oil is antioxidant and helps prevent heart diseases. Moreover, it also supports the health of skin and brilliance of fur. The recipe includes rice only, high-quality noble cereal no corn, wheat or soy. Glucosamine and chondroitin sulphate help grow and develop healthy articulations, while beta-glucans strengthen the immune defences and promote the organism well-being.



LO SHIH TZU

in collaborazione con Paola Acco

La razza e le origini

Le origini dello Shih Tzu risalgono al Tibet, ma la razza si è sviluppata in Cina, dove soggetti simili vivevano nei palazzi imperiali. Si tratta di un cane robusto, con un manto molto folto e un caratteristico portamento spavaldo. Sempre allegro e vivace, è considerato un ottimo animale da compagnia, molto affettuoso. La lunghezza del pelo dello Shih Tzu deve attenersi necessariamente allo standard della razza, quindi baffi, ciuffo, barba, coda, sottane e manto, in età adulta, devono perentoriamente ricoprire tutto il corpo con le stesse lunghezze, ben proporzionate.



Solaro Pesca

Il famoso "pelo a terra"

Per pelo a terra si intende un pelo compatto, non sfrangiato né sfilato. Per ottenerlo è necessario tenerlo raccolto con pacchetti specifici in plastica o carta di riso, evitando improvvisazioni. I pacchetti devono essere posizionati con criterio per salvaguardare le lunghezze in tutte le sezioni del corpo, pena la spiacevole formazione di nodi o feltri. Ci si aiuta ovviamente con prodotti adeguati che mantengano sane e intatte le punte: un buon nutrimento previene i danni di un insufficiente impacchettamento.

Shampoo, nutrimento e asciugatura

La corretta toelettatura parte dallo shampoo, che non deve essere di qualità sca-

Solaro *H*

HIRTIA SOLARO
cell. 3332667698
www.prodottisolaroh.com
hirtia@alice.it



dente né aggressivo o, peggio ancora, alterato da "pozioni fai da te". Una passata ad arte è più che sufficiente. Dopo il risciacquo non sono necessari impacchi o miscugli caserecci, ma preferibilmente prodotti nutrienti già pronti e testati. Un buon prodotto nutriente sciolto in acqua e versato lungo tutto il manto ancora bagnato preserva dalla formazione di nodi e nutre a fondo. I bigodini non si possono inserire senza queste premesse. Per salvaguardare il manto lungo, l'asciugatura avviene solo ed esclusivamente sotto l'aria tiepida di un phon con l'ausilio di una spazzola a denti lunghi e cuscinetto morbido. Non appena il pelo è asciutto, è necessario e indispensabile l'utilizzo di un pettine a denti larghi per rifinire, ricordando che ogni nodo dimenticato si raddoppia in poche ore.

Pacchetti e bigodini

Si procede quindi a impacchettare e legare con elastici morbidi baffi, ciuffo, coda e sottane. I pacchetti vanno controllati almeno a giorni alterni e a campione, per verificare la compostezza del pelo. Qualora sia sfuggito un nodo o si sia allentato un pacchetto, sarà bene spazzolare la parte con l'aiuto di uno spray condizionante e rifarlo da capo. Nella preparazione di un cane da show è determinante conservare le lunghezze. I bigodini vanno inseriti seguendo la linea naturale del corpo. Per uno Shih Tzu ne sono sufficienti 6 o 7 laterali per parte: uno sul collo, uno sulla spalla, due sul tronco, uno sulle culotte, uno sulla zampa all'altez-





Solaro Dea - come utilizzare i pacchetti

za della rotula posteriore e uno all'altezza del gomito anteriore, uno sulle sottane - se è maschio - per unire le frange e uno a raccogliere l'anteriore sotto la barba.

Il taglio per l'esposizione e le innovazioni

Quando il pelo diventa troppo lungo e sproporzionato occorre tagliarlo per pareggiarlo in tutte le sue direzioni. Il taglio del cucciolone di Shih Tzu prevede un'attenzione particolare, a partire dalle zampe, e deve essere studiato in base ai difetti del cane e alla consistenza e alla lunghezza del manto. Ogni volta che si interviene con il taglio, si deve tenere presente una linea immaginaria che consenta a chi lo guarda di illudersi che sia più lungo della partenza. Per questo motivo, zampe e dorso devono essere "arrotondati" come esige l'ispirazione della razza; lo Shih Tzu è tondeggiante nell'aspetto, quindi il taglio da show (non commerciale o casalingo) deve rispettare lo standard.

Il taglio ribattezzato da me "allungante" è indispensabile per un cucciolone non completo, proprio per creare armonia nella sagoma frontale, retro e dorsale.

Questo tipo di taglio è d'obbligo per due motivi fondamentali: prima di tutto esaltare le proporzioni del cucciolone acerbo e secondariamente eliminare le punte sfibrate, esteticamente poco gradevoli.

Anche per il pelo a terra le difficoltà sono molteplici, ma si riesce a rimediare a qualche errore. È necessario posizionare il cane su un tavolino e mantenerlo nella posizio-

ne dello stay. Si tagliano prima i peli delle zampe a cucchiaio, poi si procede al taglio "zampa di elefante" raccogliendo il resto del manto con delle forcine, infine si esegue il taglio riassuntivo tenendo come punto di riferimento il bordo del tavolino. Un buon taglio da show può richiedere anche due ore.



Il taglio zampa di elefante

Il taglio del manto a terra comporta diverse difficoltà, prima fra tutte il bilanciamento del pelo stesso mantenuto o cresciuto in disarmonia. Un buon occhio, una buona manualità e l'esperienza sono utilissimi, ma attenzione a non abusare della propria sicurezza per evitare brutte sorprese.

Il pelo lungo esige un'attenzione particolare. In seguito a ogni sforbiciata è indispensabile l'aiuto di un pettine a denti larghi che confermi quanto fatto, perché spesso fuoriescono lunghezze inaspettate che si pensava di aver tagliato. Il controllo deve essere scrupoloso per evitare di lasciare parti lunghe. In ultimo, con una lametta, si pulisce il muso dello Shih Tzu appena sotto il tartufo.



Solaro Quassù - taglio della libera



HIRTIA SOLARO

La dott.ssa Hirtia Solaro ha creato diversi anni fa il proprio allevamento esclusivo di Shih Tzu, con affisso *Solaro*, riconosciuto FCI ed ENCI. Il suo primo esemplare, Solaro Atrisha, di eccezionale eleganza, è stato premiato già nel 1997 come campione riproduttore, oltre che italiano. Da qui la necessità di creare un "tipo Solaro" affrontando il tema della ipertipicità nello standard della razza, oggi ancora molto apprezzata.

All'avanguardia nell'allevare selezionando e nell'insegnamento della toelettatura, la dott.ssa Solaro ha aperto diversi saloni a Roma e ne ha sponsorizzati altrettanti con il marchio di alta cosmesi per il pelo lungo *Solaro H*. Si tratta di prodotti all'avanguardia dedicati a privati, allevatori e toelettatori. Ai suoi stage e ai suoi seminari partecipano numerosi appassionati, sempre più scrupolosi e attenti alla toelettatura dei manti lunghi di ogni razza.

La dott.ssa Solaro ha formato numerosi allevatori che si esibiscono sui ring di tutto il mondo e ha riservato numerosi spazi espositivi ai privati nell'ambito delle fiere più importanti d'Italia. Giudice impeccabile ma allo stesso tempo ironico, stimola una sana competizione tra gli appassionati, favorendo la conoscenza delle tipologie canine e delle toelettature specifiche di ogni razza.

UN CAFFÈ... AL PET SHOP

Dedicato agli amanti del pet e del benessere, è un luogo a metà fra negozio per animali e caffetteria, dove chiacchierare e ricevere consigli, bere e fare uno spuntino in serenità

Il connubio libreria/bar è una delle mode di maggior successo in giro per il mondo: un'idea non nuova, ma che funziona e accoglie sempre nuovi clienti.

Spettegolezzi invece è un'idea davvero nuova, anzi nuovissima. Un pet shop? Un bar? Nessuno dei due? O entrambi? In realtà siamo di fronte a qualcosa di realmente speciale. Forse unico in Italia. Sicuramente originale e differente da un normale negozio per animali.

Aperto sette giorni su sette con orario continuato dalle 8.00 alle 20.00 a Bergamo in via Ghislandi, in zona centrale ben raggiungibile, *Spettegolezzi* unisce in un solo spazio l'attività di pet store e quella di bar caffetteria. È uno luogo dedicato agli amanti degli animali e del benessere, dove chiacchierare e ricevere consigli, bere e mangiare con serenità in un ambiente familiare: un locale in cui stare, senza fretta, per farsi coccolare.



SPETTEGOLEZZI

tel. 035236173

www.spettegolezzi.com



rienza gestendo il pet shop di famiglia a Milano. Poi l'idea di fornire un'esperienza diversificata, sull'onda del successo dei book bar di New York che integrano una parte di ristorazione con una letteraria o dei bike caffè di Londra che offrono cibo e assistenza tecnica. Perché, se pensate che questi angoli per *foodie* e "altro" si trovino solo nelle grandi città italiane ed estere, vi sbagliate: anche la provincia italiana nasconde piccoli tesori da scoprire.

Spettegolezzi è uno di questi tesori, un luogo dove i pet owner possono trovare prodotti e servizi in risposta alle loro esigenze, ma anche scoprire un angolo rilassante gustando un caffè o una tisana.

Food, pet e caffè consentono infinite possibilità di spaziare ma sono l'accoglienza, la cordialità, la gentilezza e soprattutto la competenza professionale, le basi su cui è stato costruito questo luogo polifunzionale nel cuore di Bergamo in una ex concessionaria di automobili. Il risultato è tanto spazio a disposizione, all'interno ma soprattutto all'esterno, dove sono stati ricavati comodi parcheggi e un ampio dehors accessoriato e riscaldato. Non male... visti i tempi!

"Cosa c'è di meglio che sorseggiare un caffè o gustare una piadina all'aperto mentre Fido sgambetta felice nell'area attrezzata? E se in casa è finita la pappa o c'è qualche dubbio da risolvere, eccoci pronti con



Food, pet e caffè

I titolari, che instancabili animano questa location, raccontano che per diversi anni si sono fatti le ossa e hanno maturato espe-



il nostro staff - un piccolo gruppo ma molto professionale ed affiatato - a fare due chiacchiere per trovare una soluzione ad ogni problema", ci spiegano con orgoglio i titolari.



Come fidelizzare il cliente

Inutile dire che il binomio cibo/animali aggiunge quel "qualcosa" in più all'esperienza di acquisto. Ci sono clienti che si fermano per un cappuccino o un pranzo veloce certi che avranno un gusto in più, perché il vero sapore è condividere il momento con chi è entrato cercando qualcosa per il proprio pet.



Il principale condimento è dato, però, dalla competenza e dalla cortesia dello staff e dall'alta qualità dei prodotti, molti di nicchia, cercati e ricercati con attenzione nelle aziende di tutta Europa, frequentando mostre e fiere e leggendo riviste di approfondimento come Zampotta Pet Business. L'obiettivo principale è infatti quello di star

bene e far star bene gli amici animali, conquistando la fiducia e quindi fidelizzando la clientela.

Prodotti di nicchia e consigli sul benessere

Cosa piace al cliente? I comodi posti auto, l'ampio spazio verde in erba sintetica attrezzato con sedie e tavolini e riscaldato per i mesi più freddi (ma si può sostare anche all'interno), lo spazio riservato per lasciare giocare i cani in tranquillità, la possibilità di ristoro con prodotti semplici e genuini (solo per umani, per Fido una fresca ciotola d'acqua, ma niente crocchette o snack per non correre il rischio di compromettere la sua dieta), i prodotti selezionati e di qualità a un prezzo adeguato, i consigli professionali dell'intero staff che ha maturato un'esperienza di oltre 25 anni in ambito pet food e pet care.

Chi viene da *Spettegolezzi* spesso cerca e trova un primo consiglio sul benessere dell'animale da parte di persone capaci di ascoltare e risolvere varie problematiche senza avere la pretesa di sostituirsi al veterinario.

Rimettere al centro il contatto umano

Insomma, anche nell'epoca delle vendite online - o forse proprio per questo - al cliente piace una modalità di approccio che consente di arricchirsi reciprocamente e mettere al centro il contatto umano e il confronto fra le persone.

Il negozio organizza anche alcune giornate speciali, talvolta una festa aziendale o il compleanno del cagnolino con tanto di torta e candeline, e poi alcuni corsi di addestramento per aiutare il pet owner nella gestione di problematiche di soggetti magari con indole particolarmente difficile.

Spettegolezzi è tutto questo, come spiega anche il nome, nato dopo una serata fra amici. "Cercavamo qualcosa di appropriato al nostro nuovo stile, qualcosa che fosse attraente e facesse immediatamente percepire la differenza con altri negozi per animali ed è nato Spettegolezzi, che racchiude insieme l'idea di pet e quindi di amici del cuore e di chiacchiere in semplicità e amicizia".

Di cosa sono più orgogliosi i titolari e lo staff? "Di vedere i clienti felici che vivono un bel momento e ne parlano con i propri amici!".





A CHI PIACE ANDARE DAL DENTISTA?

L'igiene orale e la salute dei denti rappresentano un problema tanto per noi umani quanto per gli animali. Per questo, anche per loro, la prevenzione è fondamentale

LINDA SARTINI

È proprio vero che “la salute passa (anche) dalla bocca”... Lo sappiamo bene noi umani che tanto abbiamo cura dei nostri denti non solo per avere un bel sorriso e un alito fresco ma anche, e soprattutto, per evitare la tanto temuta poltrona del dentista. Anche i nostri animali domestici possono soffrire di patologie del cavo orale. Prendiamo in considerazione le più frequenti.

Come sono fatti e come funzionano

I denti sono formati dalla corona, la parte visibile che emerge dalla gengiva, dalla radice, interna all'alveolo dentale e ricoperta dalla mucosa, e dal colletto, la zona di raccordo tra radice e corona. La corona è ricoperta dallo smalto, un tessuto durissimo che, insieme al cemento presente nella radice, protegge la dentina sottostante che avvolge la polpa, estremamente vulnerabile e al cui interno si trovano vasi sanguigni e terminazioni nervose. Per quanto duro e resistente, lo smalto non è inattaccabile né indistruttibile, pertanto la sua integrità va preservata per garantire la salute del dente. Le altre strutture importanti sono la gengiva, che entra in contatto con il dente a livello del colletto, e il legamento parodontale, che mantiene il dente fisso all'interno dell'alveolo.

Quanti sono e a cosa servono

Cani e gatti sono definiti difiodonti poiché cambiano completamente i denti nel passaggio da



cucciolo (o gattino) ad adulto. I neonati nascono senza denti, la cui comparsa avviene tra la seconda e la terza settimana di vita. Nel giovane micio i denti da latte sono 26 (12 incisivi, 4 canini e 10 premolari) per poi diventare 30 dopo il cambio, con l'aggiunta di 4 molari. Il cagnolino ne conta invece 28 (12 incisivi, 4 canini e 12 premolari) che diventeranno poi 42 per l'aggiunta di 4 premolari e 10 molari. La loro funzione? I canini in natura servono per uccidere la preda e insieme agli incisivi sono indispensabili per strappare la carne (una funzione che in cattività viene meno) mentre premolari e molari hanno il compito di masticare l'alimento ed eventualmente spezzare i tessuti più duri (come ossa e tendini).

Una carica microbica notevole

All'interno della bocca sono presenti diverse centinaia di specie batteriche differenti che vivono naturalmente in simbiosi con l'organismo ospite e in equilibrio tra loro ma che, da un momento all'altro, quando trovano condizioni favorevoli, possono rompere quell'equilibrio, aumentare a dismisura e causare problemi.

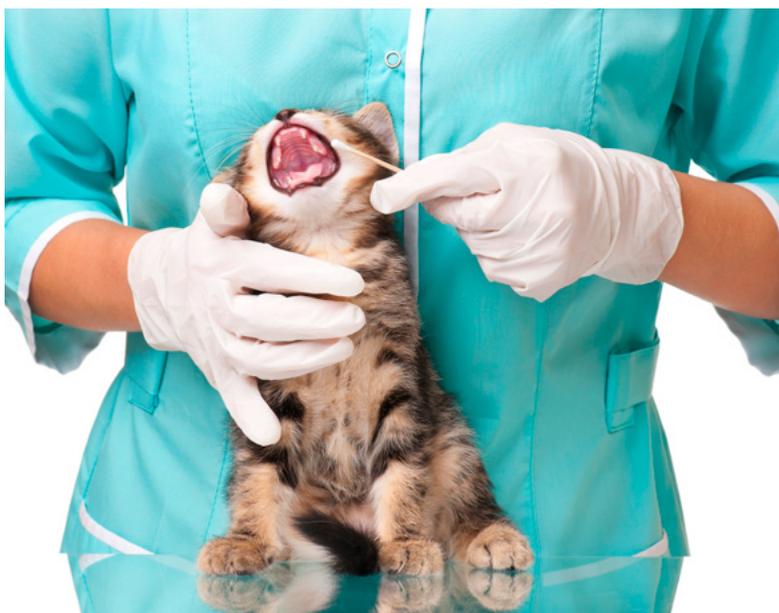
La placca, il tartaro e la carie

I batteri che abitano la cavità orale sono i principali responsabili dell'insorgenza delle patologie di cui parleremo. Questi, insieme ai residui di cibo e alla saliva, formano un sottile strato invisibile: la placca. Grazie ai sali presenti nella saliva, la placca si mineralizza formando uno strato saldamente adeso allo smalto sottostante che prende il nome di tartaro. Il tartaro è facilmente riconoscibile perché, con il tempo, si ispessisce sempre più ed assume una colorazione dapprima giallognola e in seguito brunastra. Inoltre la presenza dei batteri che colonizzano la superficie dentale può dare il via ad un altro fenomeno ben noto a tutti: la carie, ovvero la progressiva perforazione degli strati che proteggono il dente (smalto, cemento e dentina) fino a raggiungere la polpa, causando dolore.

Tutte le razze di cani e gatti, meticcii compresi, possono manifestare problemi dentali a qualunque età

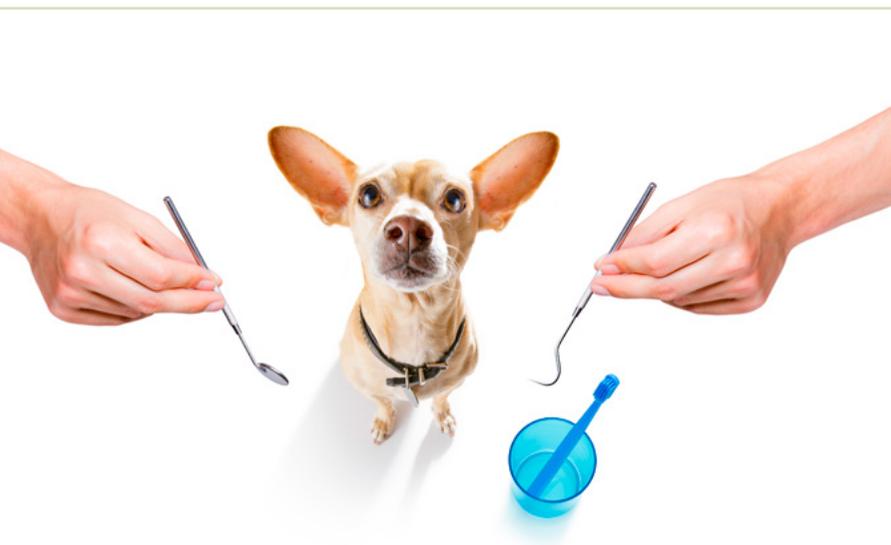
Cosa succede alle gengive?

Placca e tartaro si formano inizialmente a livello del colletto, per poi estendersi ricoprendo il resto della superficie libera del dente. Possono causare infiammazione, sanguinamento e retrazione della gengiva, problemi che portano allo sviluppo della gengivite e della cosiddetta "malattia parodontale" che può esitare finanche nella caduta del dente. Una volta superata la protezione della barriera gengivale, i batteri possono dar luogo anche ad altre problematiche come lo sviluppo di ascessi o persino entrare nel circolo sanguigno provocando, nei casi più gravi, setticemia.



I segnali

La presenza di placca e tartaro, nonché la retrazione gengivale, possono essere facilmente osservate ispezionando con regolarità la cavità orale (sollevando le labbra o aprendo la bocca), operazione che non sempre viene eseguita dai proprietari vuoi per distrazione, scarsa conoscenza del problema, o perché all'animale questa pratica risulta per lo più fastidiosa. Molto spesso il primo campanello di allarme di patologie a carico della cavità



orale, che si presenta già in fase avanzata, è l'alitosi, ovvero la percezione di un odore nauseabondo che origina dalla bocca dell'animale. Altri segnali da non trascurare sono la manifestazione di dolore durante la prensione dell'alimento, la difficoltà nella masticazione, il rifiuto del pasto, una saliva particolarmente viscosa o mista a sangue, starnuti frequenti o secrezione nasale. Tutte le razze di cani e

gatti, meticci compresi, possono manifestare problemi dentali a qualunque età, sebbene negli adulti e negli anziani il fenomeno sia più frequente. I più esposti sono sicuramente i cani e tra questi quelli di razze toy, i brachicefali e i soggetti con prognatismo della mandibola o con la persistenza di alcuni denti da latte. Anche l'alimentazione gioca un ruolo fondamentale: un fattore predisponente è il consumo di alimenti casalinghi e di mangimi umidi nonché di zuccheri.

La prevenzione

Anche a casa molto si può fare, soprattutto per quanto riguarda l'igiene orale volta a prevenire in particolare la formazione di placca e tartaro che danno il via a tutti i problemi di cui abbiamo appena trattato. Innanzitutto sono fondamentali un'alimentazione adeguata, osservando i consigli del veterinario di fiducia, e una visita odontostomatologica periodica seguita, se necessario, da un intervento di detartrasi (pulizia dei denti). I diversi strumenti di prevenzione attualmente disponibili sono molto utili per rimuovere la placca prima che si trasformi in tartaro e prevenire la sua deposizione.

Tra i prodotti da proporre ai clienti del tuo pet shop non dimenticare barrette o tavolette masticabili - che non devono mai mancare sugli scaffali di un negozio specializzato e ben fornito - insieme a spazzolini, dentifrici e collutori che, se usati nella maniera corretta, possono rallentare la formazione della placca che, è bene ricordarlo, tende a mineralizzarsi già nel giro di sole 24 ore. Tieni presente inoltre che molte ditte mangimistiche annoverano tra le loro linee specialistiche dei mangimi secchi dedicati espressamente alla prevenzione delle malattie dentali, concepiti in maniera tale che la semplice masticazione della crocchetta determini un effetto di abrasione e pulizia della superficie dentale.

Tutti questi prodotti trovano largo uso anche in seguito all'intervento di detartrasi (accompagnato o meno all'estrazione dentale quando necessaria), per rallentare il ripresentarsi del problema e mantenere il più a lungo possibile gli effetti della pulizia, in base ai consigli del veterinario curante.





“PERCHÉ QUANDO LO CHIAMO NON TORNA MAI?”

In assenza di guinzaglio, la risposta al richiamo si fa fondamentale: consiglia così il tuo cliente sconsolato dai suoi risultati

LORENA QUARTA

Come prima cosa, vorrei ricordarti che: fermo restando che la maggior parte dei regolamenti comunali prevede l'obbligo del guinzaglio per le strade cittadine, per quanto riguarda parchi e giardini pubblici ogni comune è libero di legiferare come meglio crede, generalmente vige l'obbligo di guinzaglio o, in alternativa, della museruola.

Questo stando alla legge, ma sappiamo bene quanti cani vaghino liberi per strade e giardini, con i proprietari convinti che, tanto, basta chiamarli e arriveranno subito.

Qui entra in gioco il richiamo, che è uno dei comandi più importanti da impartire al proprio cane e conoscerne tutti i segreti e le “dritte” può essere utile per non farti cogliere impreparato da un cliente in difficoltà.

Quando iniziare?

A questa domanda puoi dare una sola risposta: il prima possibile, anche quando il cucciolo è arrivato a casa da poco e ha appena un paio di mesi. Quando è così piccolo si può sfruttare il suo attaccamento al proprietario, ovviamente consiglia di cominciare in luoghi sicuri e non trafficati, facendosi seguire dal cucciolo senza guinzaglio o usando uno leggero, molto lungo e lasciato morbido (o a terra). Ricorda che essendo un cucciolo, può





distrarsi facilmente, soprattutto se vede altri cani, quindi consiglia il tuo cliente di non allontanarsi troppo. Bisogna approfittare quando non è distratto per abbassarsi sulle gambe e invitarlo ad avvicinarsi richiamandolo con voce allegra e squillante o usando altri mezzi per attirare la sua attenzione (ad esempio battere le mani, non troppo forte con cani timidi). Se arriva, va subito

premiato con un “bravo”, una carezza e un bocconcino. Coi cani che si accorgono di essere chiamati e ignorano il comando, consigliate ai proprietari di nascondersi (sempre tenendoli sotto controllo) e appena si iniziano a preoccupare perché non li trovano, richiamarli e premiarli quando arrivano.

Su un concetto devi insistere: un cane va sempre premiato quando torna al richiamo, anche se non lo fa subito non va sgridato né punito, altrimenti la prossima volta tornerà ancora più tardi oppure verrà vicino, ma non si farà mettere il guinzaglio.

Nel caso di un cane adottato da adulto consiglia di far passare un po' di tempo senza slegarlo, è importante che si crei prima una buona relazione cane-padrone affinché il cane, una volta lasciato libero, abbia dei validi motivi per tornare dal proprietario quando viene richiamato.

In questo caso è più sicuro iniziare gli esercizi di richiamo in spazi ampi recintati, come in un'area cani.

Il comando di richiamo va impostato il prima possibile: anche con il cucciolo di un paio di mesi

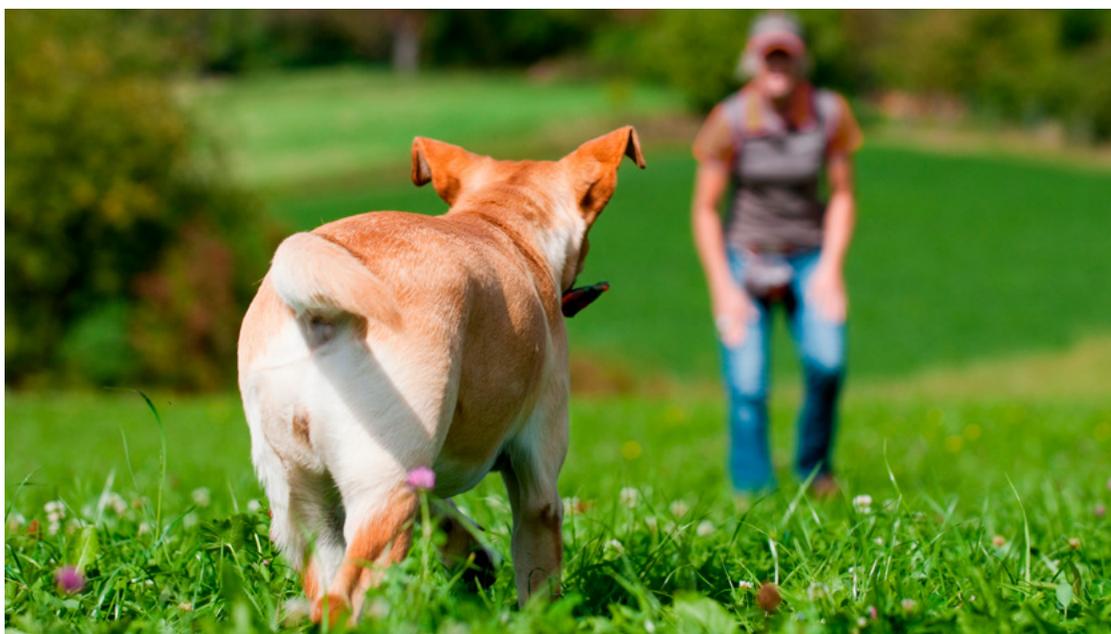
Che richiamo adottare?

Insisti con il cliente su un concetto: una volta scelto il richiamo bisogna ricorrere a quello e solo a quello. Va bene il nome del cane oppure parole come “qui”, “vieni” o altro, l'importante è che il cane associ a quella parola una cosa positiva. Se ad esempio, al comando “qui” eseguito dopo un tempo considerato dal padrone troppo lungo viene associata una sgridata o una punizione corporale, si può star certi che al prossimo “qui” il cane si guarderà bene di rispondere.

Come premiarlo quando obbedisce...

È da considerarsi un premio tutto quello che piace al cane e che, somministrato, farà sì che metta in atto più spesso quel comportamento. Se c'è una buona relazione col proprietario, complimenti e carezze sono molto importanti per il cane, ma anche un bocconcino va benissimo e qui sta a te consigliare il più adatto tra i prodotti che sono in negozio. Ricorda al proprietario però, che non deve usarlo come esca, il cane non deve arrivare





solo per mangiare, ma perché lui è un riferimento. Il bocconcino può essere dato come premio quando il cane è arrivato, fermo restando che il premio migliore per lui è lasciarlo libero di andare a correre e giocare di nuovo.

...e cosa fare se invece non risponde

Se il proprietario sta pensando a sgridate e punizioni nel caso il suo amico non risponda, sii categorico: questi comportamenti possono essere controproducenti, così come è sbagliato chiamarlo in continuazione, altrimenti il cane si abitua a farsi gli affari suoi. Bisogna farlo solo nel momento opportuno, quando non sta annusando, giocando o se non è distratto da altro. Se non risponde, può provare a richiamarlo in modo più chiaro, ma usando sempre un tono allegro e squillante, mai arrabbiato, e poi allontanarsi o nascondersi. Alcuni cani si fanno “i fatti loro” senza problemi, perché tanto sanno che il proprietario è lì che li aspetta.

Insisti con il cliente su un concetto: una volta scelto il richiamo deve ricorrere a quello e solo a quello

Questione di razza?

Alcuni cani da caccia, ad esempio i segugi e più genericamente i cani da caccia, quando mettono il naso a terra o sentono l'odore del selvatico non sentono più nulla e diventano sordi al richiamo, ma il problema può interessare anche cani adottati da adulti che non sono mai stati abituati prima a relazionarsi col proprietario. Ci vorrà molta pazienza in questi casi per ottenere la loro attenzione e approfittare subito del momento giusto.

Come richiamarlo se sta giocando

Il cane è un animale sociale, deve poter uscire abbastanza spesso e deve avere la possibilità di essere lasciato libero dal guinzaglio e di incontrare altri cani con cui interagire e giocare, se vuole. È fondamentale che il richiamo per il cane non significhi fine dei giochi e del divertimento, quindi non va richiamato e messo al guinzaglio solo per andare a casa, la sua obbedienza deve invece essere per il cane un'ottima occasione per ricevere il premio preferito.





IL METODO JAUBERT

Un sistema di riduzione naturale dei nitrati, molto semplice e facilmente realizzabile

VALERIO ZUPO

Abbiamo incontrato il professor Jean Jaubert all'acquario di Monaco in occasione di un'intervista pubblicata su una rivista specializzata dell'epoca. Erano i primi anni '90, e il "metodo" venne annunciato in vari stati sia in Europa che in America. Rivediamolo alla luce delle moderne conoscenze.

Il metodo Jaubert: la storia

In varie occasioni, in passato, ci siamo occupati di metodi, ovvero di "ricette preconfezionate" che assicurano successo nella conduzione di un acquario. Come si sarà notato, alcuni di questi sono abbastanza fantasiosi e poggiano su assiomi difficilmente dimostrabili; altri invece sono semplici modificazioni di metodi precedenti o si basano sulla corretta gestione della "triade".

Dobbiamo ammettere che il metodo Jaubert, probabilmente il primo nel suo genere, ha prodotto interessanti risultati, benché all'inizio abbia diviso fortemente gli animi degli appassionati, tra sostenitori e detrattori.

Originariamente fu presentato a Nizza nel 1988 come "metodo naturale per la riduzione dei nitrati". A quei tempi gli acquari potevano disporre di un filtro biologico o meccanico-adsorbente, dunque i nitrati erano destinati ad aumentare esponenzialmente, a meno di cambi totali dell'acqua. Peraltro questo metodo aveva nel suo DNA il concetto di "naturale" che lo rendeva particolarmente appetibile in un momento in cui gli appassionati cominciavano a difendersi dagli "eccessi di tecnologia".

In effetti, quando molti anni fa godemmo della visita guidata alle vasche dell'acquario di Monaco, dovemmo ammettere che in un'acqua particolarmente limpida e cristallina crescevano varie specie rigogliose di coralli duri e molli, potendo contare su una soluzione a pH rigorosamente controllato, con elevati livelli di calcio disciolto e bassissime concentrazioni di inquinanti azotati.

E proprio in quell'occasione notammo anche, durante la visita al backstage, la presenza di enormi filtri meccanici e schiumatoi adeguati a garantire acqua limpida e assenza

Il metodo Jaubert è stato probabilmente il primo approccio biologico all'eliminazione dei nitrati



di materiali organici in decomposizione. Facemmo subito notare che questa “aggiunta” modificava un poco le carte in gioco, nel senso che gli acquari erano di fatto serviti da due sistemi indipendenti di filtraggio, uno naturale e l'altro potentemente tecnologico. Tuttavia - e anche questa è storia - il metodo Jaubert è stato probabilmente il primo approccio biologico all'eliminazione dei nitrati, seguito di lì a poco da nuove tecnologie per l'eliminazione anaerobica dei composti azotati. In questo senso è stato non solo antesignano, ma anche progenitore di vari sistemi ancora oggi in continua evoluzione.

Alla luce di tutto ciò, il metodo Jaubert è ancora utilizzabile nei nostri acquari?

Come funziona

Stabiliamo subito che il “metodo” fu propiziato dalla diffusione di un substrato di nuovissima concezione, la sabbia viva Laporte, che proprio in quegli anni vide la luce e fu distribuita nell'ambito del mercato degli acquari. Quella sabbia non esiste più e ogni tentativo di emularla, mescolando brutalmente batteri a sabbie più o meno calcaree, è semplicemente insufficiente. La sabbia viva Laporte veniva raccolta in fondi relativamente profondi al largo della Francia, poi arricchita con speciali ceppi di batteri (resistenti persino ad

antibiotici e solfato di rame) e vari metazoi. In questo modo diveniva molto simile ad un fondale marino naturale e la sua struttura e formulazione derivava da lunghi studi e sperimentazioni in laboratorio. Come già detto, questa sabbia non è più reperibile sul mercato (per ragioni commerciali che non stiamo ad analizzare in questa sede) per cui, se decideremo di testare il metodo Jaubert, dovremo giocoforza partire svantaggiati, perché costretti ad utilizzare dei surrogati. Tenendo conto di questo limite, tuttavia, il



Coralli e invertebrati prosperano in un'acqua povera di sostanze azotate e ricca in nutrienti e calcio



Vari organismi presenti nei primi strati di fondo potranno contribuire a riutilizzare la materia organica



sistema si basa sulla sovrapposizione di vari strati di sabbia, di tipologia e granulometria diverse, che permettono da una parte di eliminare i composti azotati per via anaerobica, dall'altra di produrre nelle zone più profonde un pH acido, adeguato a disciogliere carbonati che vengono ceduti all'acqua. Inoltre gli strati più superficiali, aerobici, contribuiscono all'eliminazione della sostanza organica particolata promuovendo la riproduzione di numerosi invertebrati, che possono infine divenire cibo vivo per pesci. Tutto sommato si tratta di un sistema interessante, che utilizza serie basi scientifiche.

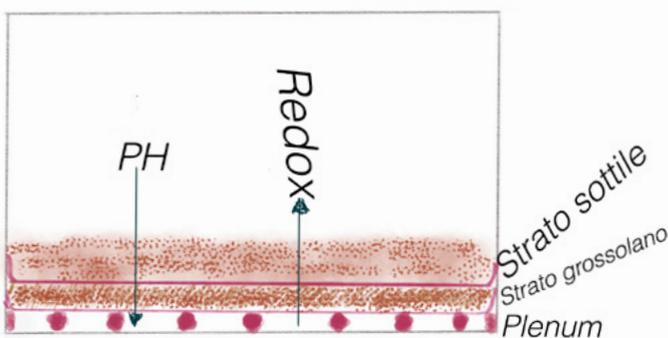
Vogliamo provarci? Tentar non nuoce...

La realizzazione pratica

Per mettere in pratica il metodo Jaubert dovreste servirvi di una vasca abbastanza alta, tenendo conto che alla fine si realizzerà uno strato di sabbia di 15-20 centimetri. Converterà aggiungere subito dell'acqua per evitare che bolle di gas producano irreparabili blocchi nei flussi di liquido, pertanto sarà necessario versare sul fondo della vasca 10 cm di acqua circa e lavorare nel bagnato, in modo da escludere questa evenienza. Dovrete poi realizzare uno spazio sotto la sabbia, definito, secondo il sistema, *plenum* (anche se... vuoto!). All'uopo è possibile utilizzare dei supporti alti un paio di centimetri (tappi di plastica atossica, tubi in pvc... ognuno potrà inventare il proprio sistema di griglia) abbastanza resistenti da sostenere uno spesso strato di sabbia. Su questi supporti dovreste disporre una zanzariera, piegandola verso l'alto lungo le pareti di vetro, in modo da produrre una sorta di "contenitore" per la sabbia. Direttamente sul *plenum* andrete poi a posizionare una sabbia aragonitica di grana relativamente ampia (es. 1-2 mm) o in alternativa una sabbia biogenica di gusci di bivalvi triturati, per uno strato di circa 4-5 cm. Sopra questo strato disporrete un'ulteriore zanzariera, identica alla precedente, in modo da creare un altro "contenitore", sul quale disporrete 8-10 cm di sabbia corallina relativamente sottile, che possa ospitare una ricca fauna associata. In realtà, secondo il metodo Jaubert originale, anche lo strato superficiale dovrebbe essere composto di sabbia viva, nativamente ricca in animali e alghe utili per la degradazione della materia organica.

Il sistema a questo punto sarà completo. Ora potrete pian piano aggiungere acqua e, a maturazione avvenuta, invertebrati e pesci. L'aggiunta di un potente schiumatoio è sempre consigliabile.

Schema di un acquario allestito con sistema Jaubert



I vari strati di sabbia, sopra il plenum, divisi da reti tipo zanzariera

Come funziona

Il principio di funzionamento è semplice. L'acqua passa per diffusione negli strati di sabbia, che rimangono ben separati dalle reti intermedie. Nel primo strato è ricca di ossigeno ed innesca dunque la crescita di invertebrati, batteri nitrificanti ed alghe. Negli strati inferiori si produce un gradiente di ossigeno, per cui nelle zone più profonde il pH e il potenziale RH scendono. Qui il basso pH strappa molecole di tamponi dall'aragonite e il basso tenore di ossigeno favorisce la crescita di batteri anaerobi denitrificanti.





Sia i pesci che i piccoli invertebrati nell'acquario potranno beneficiare della presenza sul fondo di alimenti vivi naturalmente prodotti

In cosa si distingue questo sistema da un DSB? Tenendo presente che il metodo Jaubert potrebbe essere considerato predecessore anche del DSB, si differenzia per gli strati di sabbia ancora più spessi e per la netta separazione degli strati che dovrebbero favorire, secondo l'ideatore, un continuo ma lentissimo flusso per diffusione, agevolato anche dall'attività degli invertebrati negli strati superiori. Inoltre la presenza del *plenum* dovrebbe favorire le attività anaerobiche degli strati inferiori e garantire una riserva di nutrienti disciolti.

Il metodo Jaubert funziona davvero? Questo dovete scoprirlo da soli, perché come ogni metodo può produrre effetti diversi in ogni acquario. Di certo negli ultimi trent'anni

Il sistema si basa sulla sovrapposizione di vari strati di sabbia, di tipologia e granulometria diverse

ha prodotto risultati, almeno in termini di discussioni accese tra appassionati (alle quali potete accedere semplicemente cercando in rete) ed una pletera di variazioni sul tema (dal Jaubert "senza plenum" al DSB), sinonimo di fermento e interesse. In questa sede vi abbiamo fornito gli strumenti di base per realizzarlo con semplicità e pochissimi mezzi, sta a voi ora sperimentare e trarre le giuste conclusioni tecniche. In fondo... è questo il bello dell'acquariofilia!



Tutti i pesci potranno godere di condizioni di vita ideali in un'acqua a pH costante





INDIANA, NOSTRANA O A BANANA?

Conosciamo meglio le declinazioni delle *Nymphoides*, parenti meno belle delle vere ninfee, ormai molto diffuse in acquari e laghetti

ALESSANDRO MANCINI

Simili, ma diverse

Il genere *Nymphoides* comprende poco più di una cinquantina di specie esclusivamente acquatiche, sia perenni che annuali, caratterizzate da un rizoma in genere piuttosto robusto e ben ancorato al fondo per mezzo di un buon apparato radicale. È senza dubbio uno dei generi di piante a più vasta diffusione che si conosca: la sua distribuzione copre infatti le acque dolci di tutto il pianeta, sia temperate che tropicali. Le specie australiane sono le più numero-



Fiore di *N. indica*

se (una ventina) ma pressoché sconosciute in acquariofilia, mentre fra quelle africane, eurasiatiche e americane ne troviamo diverse coltivate sia negli acquari che nei laghetti e nelle serre riscaldate. I loro biotopi preferiti sono le paludi, i campi allagati dall'erosione dei fiumi, le rive dei laghi, i fossi e i canali a corso lento, purché di profondità non superiore al metro e mezzo. Pur crescendo come detto ben radicate al fondo, possono occasionalmente svilupparsi anche flottanti in acqua, senza peraltro mai raggiungere il rigoglio e la capacità invasiva delle vere piante galleggianti. Ciò che maggiormente le rende simili alle ninfee sono soprattutto le foglie galleggianti, ovali o cordiformi, in genere verdi superiormente e marroni o rossastre nella pagina inferiore. L'abbondante fioritura che arriva con la bella stagione però, "smaschera" facilmente queste piante: difficile confondere i grandi fiori bianchi delle ninfee o quelli gialli e cospicui dei nannufari con i graziosi ma esili fiorellini gialli o bianchi di *Nymphoides*. Caratteristiche peculiari



delle infiorescenze di un po' tutte le specie sono invece l'occasionale comparsa di radici avventizie alla loro base e i lobi dei petali, talvolta cigliati al margine assumendo così un aspetto "peloso". Interessante per l'acquariofilo è la riproduzione asessuata (vegetativa) di *Nymphoides spp.* Pianticelle avventizie si sviluppano regolarmente sui bordi delle foglie e alla base delle infiorescenze: l'acquariofilo può staccarle (insieme a un lembo di foglia o dell'infiorescenza) quando hanno sviluppato radici e qualche fogliolina, piantandole direttamente sul fondo.

La banana acquatica

Nymphoides aquatica (Banana Plant), originaria delle acque subtropicali degli Stati Uniti sud-orientali (Florida, Texas e dintorni), è senza dubbio una delle piante più curiose e attraenti tra quelle coltivabili in acquario. Il nome comune di *N. aquatica* si deve alla particolarissima conformazione del rizoma, suddiviso in numerosi tuberi lunghi fino a 4-5 cm disposti a formare appunto una sorta di casco di banane in miniatura. Ogni bananina è in realtà un tubero, preziosa fonte di riserva energetica: contiene, infatti, sostanze nutritive utili alla pianta per poter attecchire e svilupparsi anche su un fondo relativamente povero, nonché per trascorrere lunghi periodi in stato di quiescenza, in caso di parziale o completo prosciugamento del bacino in cui vive. Vengono sviluppate anche vere radici, piuttosto robuste, con le quali si ancora al suolo e assimila il resto dei nutrienti che le necessitano. Le foglie sommerse, larghe al massimo 6-8 cm, raggiungono un'altezza inferiore ai 10 cm, senza avvicinarsi dunque alla superficie; sono le prime foglie emesse nella fase di germogliatura del rizoma, ogni pianta ne produce in media 5-6 prima di iniziare a emettere quelle galleggianti, ovali o circolari, più grandi (diametro fino a 10-12 cm) e bicolori, con la faccia superiore verde e quella inferiore purpurea. In commercio si trovano di solito rizomi privi di foglie o appena germoglianti: va piantata nella sabbia solo la punta delle "bananine", quel tanto che basta per ancorare la pianta al fondo dandole il tempo di sviluppare robuste radici che la fisseranno definitivamente al substrato (ci si può aiutare poggiandovi delicatamente sopra delle scaglie di ardesia che lascino circolare l'acqua tutt'intorno). *N. aquatica* sopporta un ampio intervallo termico (18-28 °C, ottimale 20-25 °C), non è esigente riguardo ai valori chimici dell'acqua (preferibili comunque un pH neutro e durezza 8-12 °dGH) e non richiede concimazioni mirate oltre alla somministrazione di CO₂.

L'abbondante piccola fioritura della bella stagione smaschera facilmente le false ninfee



Tuttavia, a un'iniziale fase di rigoglioso sviluppo, che può durare alcuni mesi, segue in genere una graduale decadenza, accompagnata dalla perdita delle bananine. Indispensabile è in ogni caso un'illuminazione intensa.

Ninfea falsa made in India

N. indica (falsa ninfea indiana) è pantropicale, probabilmente originaria dell'Asia tropicale. Questa specie ostenta, solo se coltivata in acquari aperti e ben illuminati, o in paludario, graziosi fiorellini a 5 petali di 2-3 cm di diametro, bianchi con il centro



giallo, che si distinguono per la lunga e fitta “peluria” lungo i margini di ciascun petalo. Grazie alla bella fioritura e alle vistose foglie galleggianti larghe fino a 10-15 cm, verdi sopra e rosse sotto, questa pianta è particolarmente adatta alla coltivazione in paludario tropicale (temperatura fino a 28-30 °C), tuttavia risulta molto decorativa anche in acquari aperti, alti fino a 70-80 cm, dove oltretutto può ricevere l’intensa illuminazione di cui necessita. Unica altra esigenza riguarda il fondo, che dev’essere soffice e ben fertilizzato, mentre



cresce bene sia in acqua relativamente dura e alcalina che acida e tenera. Inizialmente sviluppa solo foglie sommerse, formando graziosi cespugli: se si vuole tenerla a lungo così, occorre potarne con regolarità le foglie galleggianti che, ad intervalli sempre più frequenti, “puntano” dritte verso l’alto. Originaria delle acque stagnanti (laghi, paludi e risaie) dell’Asia meridionale, dall’India e dallo Sri Lanka alla Penisola Malese e al sud della Cina, *Nymphoides hydrophylla* (raramente importata dall’Asia) è adatta anche per acquari non particolarmente grandi, sviluppando foglie galleggianti non più grandi di 10-15 cm, verdi nella faccia superiore e porpora in quella inferiore. I piccoli e graziosi fiori bianchi spuntano periodicamente solo sotto una forte illuminazione. Richiede un fondo ben fertilizzato e almeno 50 cm di distanza tra la sabbia e il pelo dell’acqua per poter crescere adeguatamente. Non ha particolari esigenze riguardo ai valori fisico-chimici dell’acqua: un pH neutro e una durezza medio-bassa sono ottimali, in natura sopporta agevolmente temperature superiori ai 30 °C.

Possono svilupparsi anche flottanti in acqua, senza però raggiungere la capacità invasiva delle vere ninfee

La falsa ninfea nostrana

Il limnantemio *Nymphoides peltata*, è l’unica specie di questo genere presente nelle nostre acque interne. Soprattutto d’inverno, questa pianta può essere facilmente scambiata per una piccola ninfea: le sue caratteristiche e graziose foglie tondeggianti, rosse nella pagina inferiore e verdi in quella superiore, ricoprono infatti ampie superfici d’acqua calma. La corolla campanulata dei fiori primaverili, però, difficilmente supera i 3-4 cm di diametro rendendosi così assai difficilmente confondibile con quella delle ninfee. Inoltre, il fiore è caratterizzato da una curiosa particolarità (riscontrabile anche in altre specie del genere): il peduncolo che lo sostiene, analogo a quello dei fiori di ninfea, a un certo punto si incurva verso il basso, facendo sì che il frutto raggiunga la maturazione in acqua. È un’apprezzata e fin troppo tenace protagonista dei laghetti ornamentali (anche i più piccoli) ma decisamente poco adatta all’acquario, men che mai quello tropicale. Cresce meglio in angoli bene illuminati, su un fondo di sabbia moderatamente fertilizzata e in acqua non troppo dura e alcalina.





È TEMPO DI CAMBIARE PELLE (E SQUAME)

Anche i sauri possiedono un rivestimento esterno chiamato *epidermide*, a ricambio continuo: capiamo insieme come funziona la muta

CRISTIANO PAPESCHI

I sauri, siano essi gechi, iguane, draghi barbuti, camaleonti o qualunque altra specie ospite nel tuo pet shop, possiedono un rivestimento cutaneo che strutturalmente non è poi così diverso da quello dei mammiferi o dei volatili, anche se non sembra. Questi lucertoloni possiedono una livrea che nel corso dell'evoluzione, si è adattata a mimetizzarsi con l'ambiente circostante in modo da consentirgli sia di essere meno visibili dalle loro prede, e quindi di cacciare più agevolmente, sia di non essere visti dai predatori evitando di essere cacciati a loro volta e diventarne il pasto. La loro pelle è costituita da uno strato più profondo detto *derma*, nel quale sono presenti i vasi sanguigni per il nutrimento dei tessuti, le terminazioni nervose per la percezione degli stimoli meccanici e termici e i cromatofori, quegli elementi che conferiscono la colorazione alla livrea; più in superficie, il corpo è completamente ricoperto dall'epidermide, che rappresenta il *vestito* dell'animale, la protezione dall'ambiente esterno e dalla disidratazione. Lo strato più superficiale dell'epidermide viene chiamato *corneo*, in quanto fortemente cheratinizzato, ed è soggetto a ricambi periodici completi. Questi rettili prendono anche il nome di *squamati* perché l'epidermide è formata da squame sovrapposte tra loro. La sostituzione della pelle vecchia con quella nuova si chiama *muta* o *ecdisi*.

Nell'ecdisi lo strato corneo si stacca gradualmente sotto forma di grossi lembi che cadono in momenti diversi

A che serve la muta?

Pensiamo a un essere umano nel corso della vita e al suo guardaroba: al di là del vezzo di acquistare vestiti per il gusto di cambiare e essere alla moda, cosa che ai nostri animali di certo non interessa, anche noi cambiamo gli abiti per motivi funzionali. Mano a mano che un bambino cresce, la mamma dovrà comprare vestiti di taglie sempre più grandi in funzione dell'aumento delle dimensioni corporee. Gli adulti invece, ormai hanno terminato la crescita ma dovranno sostituire comunque gli indumenti vecchi e logori con quelli nuovi. Per i rettili in generale, e i sauri in particolare, la situazione non è molto





La livrea di un giovane gecko leopardino

diversa. Dal momento della nascita il piccolo sauro cresce ma lo strato più esterno della sua cute, essendo cheratinizzato e formato da cellule epiteliali morte, non è in grado di crescere con lui, pertanto andrà sostituito con uno nuovo della misura giusta, cosa che avverrà di frequente perché la crescita sarà piuttosto rapida. L'animale adulto, al contrario, aumenterà di dimensione molto più lentamente, pertanto potrà portare il suo vestito molto più a lungo ma dovrà comunque cambiarlo ad un certo punto con uno più comodo e meno consunto. Di conseguenza, nei giovani sauri la muta si verificherà più volte all'anno (da 1 a 3-4 mesi) mentre negli adulti l'intervallo tra un cambio completo e il successivo sarà più lungo, fino anche a una volta ogni 1-1,5 anni, con differenze anche notevoli tra una specie e l'altra.

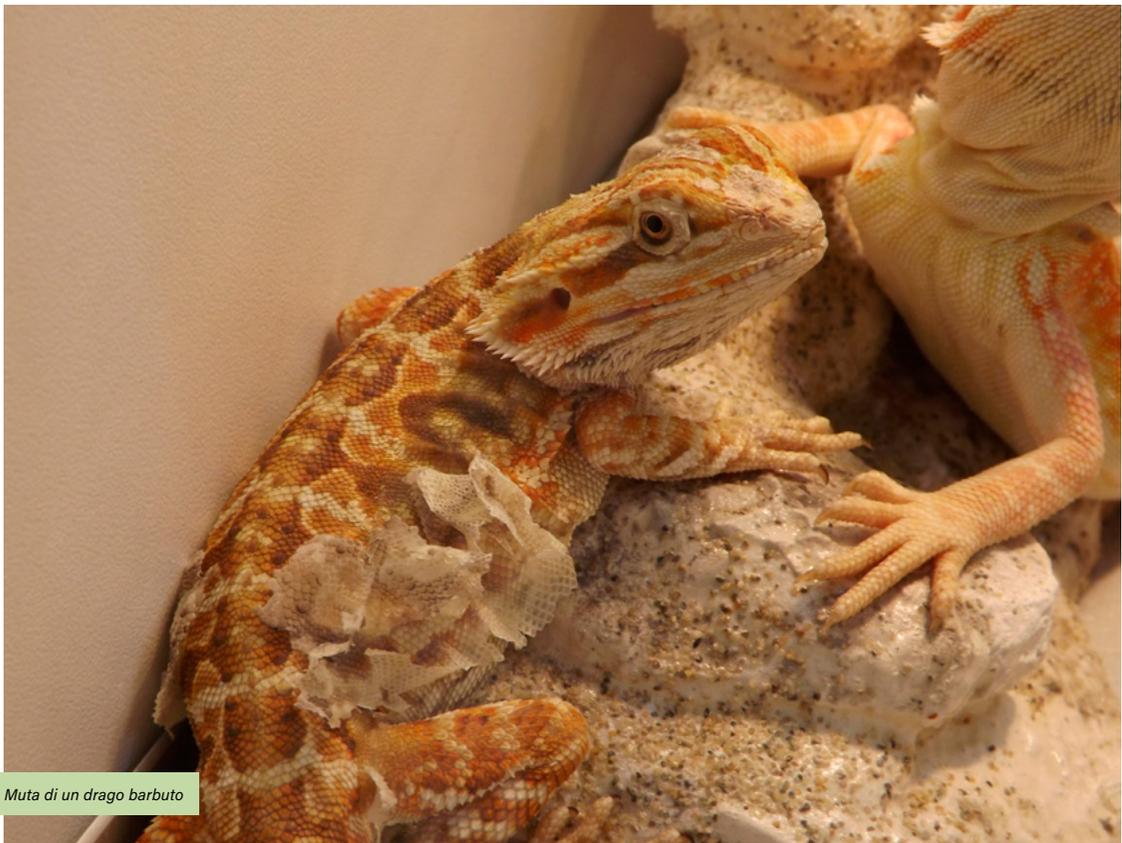
Come avviene la muta?

Quando pensiamo alla muta nei rettili siamo soliti immaginare quanto accade nei serpenti, ovvero l'animale che si sfilava di dosso l'*exuvia* (la pelle vecchia) intera come se fosse un calzino, lasciandola dietro di sé intatta. Nei sauri il processo avviene in maniera un po' diversa: lo strato corneo da sostituire si stacca gradualmente sotto forma di grossi lembi che cadranno in momenti diversi. Per alcuni giorni prima dell'inizio dell'ecdisi la livrea si presenterà più opaca e dall'aspetto secco e poi a un certo punto, alcuni pezzi di pelle inizieranno a sollevarsi per poi separarsi dal resto del corpo. La muta impiega comunque diversi giorni prima di essere completata: non stupitevi se osservate il rettile ingerire la propria pelle morta e non glielo impedito in quanto è un fenomeno perfettamente normale che prende il nome di cheratofagia.

Problemi di muta

La muta si verifica periodicamente e per tutta la vita del sauro. Come abbiamo già accennato, la frequenza è influenzata prima di tutto dalla specie, dall'età dell'animale e dalla velocità di crescita ma anche da altri elementi come la temperatura, l'umidità, lo stato nutrizionale e la presenza di patologie cutanee o sistemiche: tutti questi fattori possono contribuire a uno svolgimento corretto o non dell'ecdisi. Quando la muta non procede





Muta di un drago barbuto

in maniera regolare e presenta delle problematiche, il fenomeno prende il nome di *disecdisi* che non è di per sé una patologia, bensì il campanello di allarme per fattori fisici o ambientali che ne impediscono la corretta progressione. Molto spesso la disecdisi è

favorita da situazioni ambientali non ottimali come la temperatura e l'umidità troppo basse: i lembi cutanei sollevati non riescono a staccarsi dal resto del corpo e permangono molto a lungo. In questi casi è necessario rivalutare correttamente i parametri microclimatici della teca ed eventualmente fornire agli animali dei luoghi umidi per reidratarsi. In caso di necessità sarà possibile ricorrere al bagnetto tiepido, facendo attenzione a non affogare il rettile, si potrà tentare la rimozione (molto delicata) della cute sollevata. In caso di disecdisi, è sempre meglio rivolgersi ad un veterinario esperto in rettili e non provare rimedi casarecci potenzialmente dannosi. Nonostante alcune specie deserticole richiedano un'umidità relativa molto bassa all'interno del terrario, è comunque necessario lasciare a disposizione un microhabitat umido che non interferisca con l'umidità generale del ricovero, la cosiddetta grotta umida, una tana contenente un substrato bagnato, alla quale l'animale dovrà poter accedere quando lo ritenga opportuno. Nei sauri che non riescono a compiere la muta agevolmente è frequente la formazione di "anelli" di pelle morta intorno alle dita, alla coda e alle articolazioni delle zampe che possono strozzare l'estremità causando ischemia e necrosi.

Molti altri problemi possono conseguire alla disecdisi, come ad esempio infezioni cutanee o sistemiche... motivo in più per affrontare e risolvere il problema quanto prima e informare correttamente il cliente su questo delicato processo e sulla necessità di consultare un medico veterinario per qualunque questione di salute.

La disecdisi è favorita da situazioni ambientali non ottimali come la temperatura e l'umidità troppo basse



LAVORO/OFFERTA

Linea 101 / agenti



Azienda specializzata nella produzione di cosmetici professionali per cani, gatti e cavalli, oltre a una linea di detergenti e igienizzanti specifici, che utilizza materie prime naturali e certificate e offre garanzie di alta qualità, cerca agenti plurimandatari per le aree ancora disponibili in Italia.

Si ricerca persone fortemente motivate e intraprendenti che abbiano il desiderio di crescere e vincere in questo mercato in forte espansione, professionalmente preparate, preferibilmente già inserite nel settore, capaci di promuovere prodotti cosmetici professionali costanti nella qualità e nel loro continuo aggiornamento. Le persone avranno il compito di sviluppare il mercato sul territorio assegnato, automuniti, in Partita IVA, ottima conoscenza della lingua italiana, predisposizione a stabilire e mantenere rapporti commerciali con diverse categorie di professionisti, spirito organizzativo e propensione alla collaborazione per lavorare in team. Utilizzo posta elettronica e pacchetto Office. Principale canale di vendita è il settore specializzato (pet shop, toelettature, garden center, GDO, GDS, veterinarie, farmacie).

Si garantisce, in virtù dei risultati raggiunti, la possibilità di crescere all'interno della struttura, guadagnare cifre molto interessanti, alto margine provvigionale. Piano di crescita personale, piano incentivi mensili, premi per raggiungimento obiettivi, inquadramento Enasarco dopo un primo periodo di prova, supporto tecnico commerciale.

Info

inviare CV a dir.commerciale@linea101.it / tel. 0522086489

Prodac international / agenti plurimandatari



Azienda di produzione e leader nel settore dell'acquariologia dal 1976 cerca agenti plurimandatari per il canale specializzato. Si richiede posizione Enasarco e conoscenza del settore.

È previsto un interessante trattamento provvigionale, incentivi fatturato e formazione presso Prodac.

Info

inviare CV a info@prodac.it / tel. 0495971677

Diusapet / Agenti plurimandatari

Società leader nella produzione di alimenti per cani e gatti e in forte espansione, ricerca agenti plurimandatari per la propria rete commerciale nelle seguenti aree:

- Piemonte = NO, VC, AL, AT e CN;
- Liguria = tutte le città;
- Lombardia = MI, CR, LO, BS, BG e MN;
- Friuli = tutte le città;
- Emilia-Romagna = tutte le città.

Si richiedono esperienza maturata nel settore, professionalità, spiccata attitudine alla vendita e alla trattativa e forte orientamento agli obiettivi.

Info: Inviare CV a ilaria.segradin@diusapet.com, cell. 3478194190

Pet Distribuzione / agenti

Azienda distributrice dei marchi Silpet, Julius K-9 (mangime), Petitamis, GiGwi, Chilaboo, VanCat, ricerca agenti plurimandatari per varie zone libere sul territorio nazionale.

Info: mandare CV a petdistribuzione@gmail.com / cell. 3474301589

Aquili / agenti

Azienda produttrice presente da 30 anni nel settore acquariologia, ricerca agenti plurimandatari introdotti nel settore specifico. Si offrono interessanti condizioni economiche e formazione sul campo.

Info: inviare CV a info@aquili.it / tel. 0731288091

Pet Store Conad / Addetto reparto pet care

Pet store all'interno dell'Ipermercato Spazio Conad, via Caduti di Nassirya 20, Rimini, c/o Centro Commerciale Le Befane, ricerca addetto al reparto pet care.

I candidati ideali possiedono i seguenti requisiti: amore per gli animali, predisposizione al contatto col pubblico e al lavoro di squadra, dinamicità, flessibilità, disponibilità a tipologie contrattuali a tempo determinato con orari flessibili, residenza nel comune di Rimini o limitrofi.

Costituirà titolo preferenziale aver maturato un'esperienza professionale analoga in negozi specializzati e/o all'interno di contesti della Grande Distribuzione Organizzata specializzata nel pet food.

Info: inviare CV a info@emmecirimini.it oppure consegnare a mano presso il box informazioni del punto vendita in busta chiusa con indicato RIF PET 09/21.

Pineta Zootecnici / Agenti plurimandatari

Azienda leader nel pet food, da anni presente sul mercato, ricerca agenti plurimandatari per potenziamento della propria rete commerciale.

Si richiede massima serietà, esperienza nel settore pet food, conoscenza dei punti vendita della propria zona, forte motivazione al raggiungimento degli obiettivi.

Si offre ottimo pacchetto di prodotti dall'alto profilo commerciale, programma di incontri formativi in azienda e interessante trattamento provvigionale.

Info: Inviare curriculum a cv@pinetazootecnici.com



Darwinpet Srls / agenti

Azienda produttrice dal 2014 dell'alimento per cani e gatti Barnie's, già presente in 150 pet shop concentrati principalmente nel Centro Italia, ricerca distributori regionali per tutto il territorio nazionale e distributori per Paesi esteri. Se interessati prendere contatto.

Info: inviare CV a info@barnies.it / cell. 3384202184

Pets Fitness / agenti

Pets Fitness, distributore esclusivo per l'Italia dei brand Grizzly Salmon Oil, Tropiclean e Tasty Bone, per soddisfare le proprie esigenze di espansione e distribuzione di nuovi brand ricerca agenti plurimandatari, con contratto Enasarco, per le zone: Piemonte, Lombardia, Emilia, Abruzzo, Friuli, Calabria e Liguria.

Info: Inviare CV a info@petsfitness.com

Azienda / agenti

Nota azienda nel settore dell'abbigliamento e degli accessori per cani di piccola taglia made in Italy ricerca agente di commercio, per il potenziamento della propria rete di vendita, nelle seguenti aree territoriali: Lombardia, Toscana, Lazio, Puglia, Sicilia e Sardegna. Si richiede esperienza maturata nel settore, spiccata attitudine alla vendita e professionalità. Sono previsti interessanti trattamenti provvigionali

Info: cell. 3482996910

Sa.re / agenti

Giovane azienda produttrice di cucce e cuscini per animali domestici nella zona di Monselice (PD), cerca agenti/rapresentanti plurimandatari disponibili a proporre e far conoscere i prodotti delle quattro linee di produzione per potenziamento e sviluppo rete vendita in tutta Italia.

Info: inviare CV a n.ferrigo@saressrl.it / tel. 0429781162

T.A.F. Trans Aquarium Fish / agenti plurimandatari

Azienda leader del settore acquariologia dal 1984 cerca agenti plurimandatari per la distribuzione di pesci, piante per acquari ed accessori. Si richiede un minimo di conoscenza del settore e inserimento nei canali specializzati.

Info: inviare CV a info@tafsrl.to / tel. 0119866465

Azienda / Agenti plurimandatari

Azienda leader nel settore pet food con prodotti fortemente innovativi ricerca venditori esperti per le seguenti zone: Sardegna, Lombardia, Emilia Romagna.

Si richiede esperienza pregressa nel settore, capacità a operare in autonomia e forte motivazione al raggiungimento degli obiettivi.

Si offrono provvigioni di sicuro interesse con ulteriore piano premi, oltre a formazione e affiancamento in zona.

Info: Inviare richieste alla redazione: info@zampotta.it -
Rif. 10/A

Gimborn Italia / Agenti plurimandatari GDO

Importante azienda settore pet, succursale di H.v. Gimborn GmbH, fondata nel 1855, specializzata nei prodotti per gatti a marchio GimCat, nelle lettine agglomeranti a marchio Biokat's, negli accessori e nelle specialità per cani a marchio GimDog e nell'alimentazione e igiene per piccoli mammiferi a marchio Gimbi, cerca agenti preferibilmente esperti, per le seguenti zone: Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna e Toscana.

Info: inviare CV con foto a Gimborn Italia c/a Rita Giglioli:
r.giglioli@gimborn.it inserendo nell'oggetto: Venditore GDO

ATTIVITÀ E ATTREZZATURE / OFFERTA

Vendesi / Attrezzatura

Per chiusura attività zona Verona vendesi attrezzatura composta da: vasca acciaio fissa, vasca acciaio altezza regolabile elettrica, tavolo elettrico, phon aspiratore Combo Camon, 2 phon a 2 velocità, tosa-trice usata con serie di testine.

Info

cell. 3312996103 Sig. Gianni

Affittasi / attività

Affittasi locali all'interno del pet shop Zanna Bianca di San Martino B.A. (VR) completi di ogni attrezzatura per toelettatura.

Pet shop attivo dal 2004, toelettatura dal 2010. Il canone è contenuto e comprensivo di tutte le utenze e tasse comunali. Nessuna altra spesa.

Info: cell. 3772199743 Sig. Luca

COME PUBBLICARE UN ANNUNCIO

LA BACHECA è una rubrica di annunci gratuiti a disposizione di tutti gli operatori. Il testo va inviato via email (info@zampotta.it) precisando se nell'annuncio devono comparire i vostri dati oppure se desiderate restare anonimi. Tutti gli annunci, anche quelli anonimi, devono essere completi di nome, cognome, indirizzo, telefono ed eventualmente fax ed email. La redazione si riserva il diritto di accettare la pubblicazione degli annunci. Zampotta Pet Business offre esclusivamente un servizio, non riceve provvigioni sulle contrattazioni, non effettua commerci, non è responsabile per la qualità, la provenienza e la veridicità delle inserzioni.



CONTATTI

BUSINESS CONTACTS

ACQUARI & CO. / FISH & CO.

-  **Acquariolandia Italia** **tel. e fax 024598320**
Via F. Rismondo, 119 - 20153 Milano
acquariola@tiscali.it
-  **All Pet S.r.l.** **0296450470**
fax 0296450464
Via Trieste, 603 - 21042 Caronno Pertusella (VA)
www.allpet.it - info@allpet.it
-  **Also S.r.l.** **090632636**
fax 0906258082
SS 114 km - 4,260 Contesse - 98125 Messina
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it
-  **Aquaria Tech** **0803540025**
fax 0804033673
Via G. Tauro, 3/E - 70124 Bari
www.aquariattech.com - office@aquariattech.com
-  **Aquaristica S.r.l.** **0516814188**
fax 0516814294
Via A. Labriola, 10/12 - 40010 Sala Bolognese (BO)
www.aquaristica.it - aquaristica@aquaristica.it
-  **Aquatronica** **05221472375**
Via Garonna, 2/B - 42124 Reggio Emilia
www.aquatronica.com - info@aquatronica.com
-  **Aquili Andrea** **tel. e fax 0731288091**
Via Abruzzi, 10 - 60030 Monsano (AN)
www.aquili.it - info@aquili.it
-  **Askoll Uno S.r.l.** **0444930260**
fax 0444930380
Via Industria, 30 - 36031 Povolario di Dueville (VI)
www.askoll.com - askoll@askoll.com
-  **Bionatura Impianti S.r.l.** **0399241247**
fax 0399201971
Via Alpi, 5 - 23873 Missaglia (LC)
www.bionaturaimpianti.it - info@bionaturaimpianti.it
-  **CE.A.B. di Ferrari Pierluigi** **0302667121**
fax 0302168469
Via Pietro Rescatti, 20 - 25124 Folzano (BS)
www.ceabacquari.it - info@ceabacquari.it
-  **Croci S.p.a.** **0332870860**
fax 0332462439
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - info@croci.net
-  **Elos S.r.l.** **0457952142**
fax 0456371815
Via Torricelli, 32 - 37067 Valeggio sul Mincio (VR)
www.eloseurope.com - info@eloseurope.com
-  **Ferplast S.p.a.** **0445429111**
fax 0445429115
Via I Maggio, 5 - Z.I. - 36070 Castelgomberto (VI)
www.ferplast.com - info@ferplast.com
-  **Hydor S.r.l.** **04248877**
fax 0424887887
Via Voiron, 27 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
www.hydor.com - info@hydor.com
-  **Iemmi Ermanno** **tel. e fax 059386076**
Via Viazza, 120 - 41010 Ganaceto (MO)
www.iemmiermannoacquari.com - iemmi.ermanno@tiscalinet.it
-  **Kuda Tropical Fish S.r.l.** **0373234461**
fax 0373236714
Via delle Industrie, 34 - 26010 Bagnolo Cremasco (CR)
www.kudafish.it - info@kudafish.it
-  **Oase Italia S.r.l.** **0424590866**
fax 0424827342
Via delle Industrie, 16 - 36050 Cartigliano (VI)
oase-livingwater.com - info@oase-livingwater.com
-  **Pineta Zootecnici** **tel. e fax 0522553616**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
-  **Porsa Italy S.r.l.** **0303363047**
fax 0303363048
Via Romolo Gessi, 210 - 25135 Sant'Eufemia (BS)
www.porsaitaly.com - info@porsaitaly.com

Legenda

-  alimenti / food
-  accessori / accessories
-  igiene e cura / pet care
-  vivo / live pets

-  **Pro.D.Ac. International S.r.l.** **0495971677**
fax 0495971113
Via Padre Nicolini, 22 - 35013 Cittadella (PD)
www.prodacinternational.it - info@prodac.it
-  **Reef International S.a.s.** **0331792443**
fax 0331772839
Via Arconti, 11 - 21013 Gallarate (VA)
www.reef-international.com - reefint@tin.it
-  **Rinaldo Franco S.p.a.** **0248376157**
fax 0241291840
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com
-  **Spectrum Brands Italia** **0290448310**
fax 0290756096
Via Ludovico il Moro, 6 - 20060 Basiglio (MI)
www.spectrumbrands.com - info@spectrumbrands.com
-  **Teco S.r.l.** **0544408333**
fax 0544280084
Via A. Sansovino, 35 - 48124 Ravenna
www.teconline.com - tec@teconline.com
-  **Trixie Italia S.p.a.** **0444835329**
fax 0444833352
Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it
-  **Velma Group S.r.l.** **0423715319**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
-  **Vitakraft Italia S.p.a.** **075965601**
fax 0759656020
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
-  **Zolux Italia** **0516414318**
Via Caduti di Amola, 17 - 40132 Bologna
www.zolux.com - info@zolux.it

CANI & GATTI / DOGS & CATS

-  **Adragna Alimenti Zootecnici S.r.l.** **092423013**
fax 092422424
Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP)
www.adragna.net - info@adragna.it
-  **Affinity Petcare Italia S.r.l.** **0289633029**
fax 0266719002
Via F. Turati, 40 - 20121 Milano
www.affinity-petcare.com
-  **Agras Delic S.p.a.** **010588586**
fax 010588914
Via Martin Piaggio, 13/A - 16122 Genova
www.schesir.it - contact@agras-delic.com
-  **Aldog** **0363938698**
Via Giacomo Gregis, 111 - 24050 Covo (BG)
www.al-dog.it - webmarketing@al-dog.it
-  **Almo Nature S.p.a.** **010253541**
fax 0102535498
P.zza dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova
www.almonature.eu - info@almo.it
-  **Alpi Service S.n.c.** **011975941**
fax 011974453
Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN)
www.alpiservice.com - info@alpiservice.com
-  **Animali.it** **0293591343**
fax 0293591343
Via Adige, 26 - 20010 Pregnana Milanese (MI)
www.animali.it - info@animali.it
-  **Avitabile Napoleone S.r.l.** **0815737519**
fax 0815737522
Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA)
www.tewvua.it
avitabilenapoleone@interfree.it - contatto@tewvua.it
-  **Baldecchi S.n.c.** **0559705281**
fax 0559705352
Zona PIP Frazione Penna - 52028 Terranuova Bracciolini (AR)
www.baldecchi.it - baldecchiscn@baldecchi.it
-  **Bama S.p.a.** **0583286353**
fax 0583287754
Via Pertini, 2 - 55011 Altopascio (LU)
www.bamagroup.com - info@bamagroup.com



-  **Bayer s.p.a.**
V.le Certosa, 130 - 20156 Milano
www.vetclub.it - www.petclub.it
-  **B. Braun Milano S.p.a.**
Via V. da Seregno, 14 - 20161 Milano
www.bbraun.com - servizio.clienti@bbraun.com
-  **Boehringer Ingelheim Animai Health Italia S.p.a.**
Via Giovanni Lorenzini, 8 - 20139 Milano
www.merial.com - merial.italia@merial.com
-  **Camon s.p.a.**
Via Lucio Cosentino, 1 - 37041 Albaredo d'Adige (VR)
www.camon.it - camon@camon.it
-  **Candioli S.p.a.**
Via Manzoni, 2 - 10092 Beinasco (TO)
www.candioli.it - info@candioli.it
-  **Carbone Pet Products S.r.l.**
Via Antonio Gramsci, 1537 - 51036 Larciano (PT)
www.petproductscarbone.it - info.petproductscarbone.it
-  **Cerberus S.r.l. a s.u.**
Via Sant'Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.cerberus-pet.com - info@cerberus-pet.com
-  **Cerere S.p.a.**
Corso Romano Scagiola, 189 - 12052 Neive (CN)
www.cerere.com - marketing@cerere.com
-  **Cesarano S.a.s.**
Via Nolana, 42 - 80045 Pompei (NA)
www.cesarano.it - loredana@cesarano.it
-  **Ceva Salute Animale S.p.a.**
Via Colleoni, 15 - 20041 Agrate Brianza (MI)
www.ceva.com - marketing.italy@ceva.com
-  **Chemi-Vit S.r.l.**
Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE)
www.chemivit.com - info@chemivit.com
-  **Ciam S.r.l.**
Via Piemonte, 4 - 63100 Ascoli Piceno (AP)
www.ciamanimali.com - ciam@ciamanimali.it
-  **Coltelleria Polla**
Via Vochieri, 69 - 1500 Alessandria
www.polladino.com - lipolla@libero.it
-  **Croci S.p.a.**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - info@croci.net
-  **De Wan S.r.l.**
Piazza San Carlo, 132 - 10121 Torino
www.delashop.it - business@delashop.it
-  **Disegna Group**
Via Marsan, 28/30 - 36063 Marostica (VI)
www.disegnagroup.it - info@disegnagroup.it
-  **Diusa Pet S.r.l.**
S.P. per Lardirago, 8 - 27010 Marzano (PV)
www.diusapet.it - info@diusapet.it
-  **Dorado S.r.l.**
Via Roma, 10 - 30010 Monsole di Cona (VE)
www.exclusion.it - infoservice@exclusion.it
-  **Due Erre & c. S.n.c.**
Via Pradazzo, 1/D - 40012 Calderara di Reno (BO)
www.snackforpet.it - info@snackforpet.it
-  **Eagle S.r.l.**
Via Pavoncella, 8 - 56010 Migliarino Pisano (PI)
www.eagleitalia.it - eagleitalia@tin.it
-  **Farm Company S.r.l.**
Via Amendola, 532 - Regione Spolina - 13876 Cossato (BI)
www.farmcompany.it - info@farmcompany.it
-  **Farmina Pet Foods Italia**
Via Nazionale delle Puglie - 80035 Nola (NA)
www.farmina.com - info@farmina.it
-  **Fashion Dog S.r.l.**
Via Lago di Carezza, 11 - 41012 Carpi (MO)
www.fashiondog.it - www.curapets.it - info@fashiondog.it
-  **Faza s.r.l.**
Via Fosso di Valpignola, 7 - 00077 L'aghetto di Monte Compatri (RM)
www.fazaroma.com - info@faza.it
-  **Ferplast S.p.a.**
Via I Maggio, 5 - Z.I. - 36070 Castelgomberto (VI)
www.ferplast.com - info@ferplast.com
-  **Ferriella S.p.a.**
Strada Trossi, 33 - 13871 Verrone (BI)
www.ferriella.it - info@ferriella.it
-  **Formevet S.r.l.**
Via Savona, 97 - Z.I. - 20144 Milano
www.formevet.com - vetline@formevet.it
-  **Forza10/SANYPet S.p.a.**
Via Austria, 3 - 350138 Bagnoli di Sopra (PD)
www.forza10.com - forza10@forza10.com
-  **Gheda Mangimi S.r.l.**
Via Comuna Santuario, 1 - 46035 Ostiglia (MN)
www.gheda.it - gheda@gheda.it
-  **Gimborn Italia S.r.l.**
Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia
www.gimborn.eu/it - marketing@gimborn.it
-  **Heiniger AG**
Industrieweg 8 - 3360 Herzogenbuchsee (Switzerland)
www.heiniger.com - kontakt@heiniger.com
-  **Hill's Pet Nutrition Italia S.r.l.**
Via A.G. Eiffel, 15 - 00148 Roma
www.hillspet.it
-  **Imac S.r.l.**
Via Ghisa, 14 - 36070 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it
-  **Innovet Italia**
Via Einaudi, 13 - 35030 Saccolongo (PD)
www.innovet.it - innovet@innovet.it
-  **Italsystem S.a.s.**
Via Corciano, 14 - 47914 Rimini
www.lallsystems.com - info@lallsystems.com
-  **Iv San Bernard S.r.l.**
Via Castelli, 7 - 50056 Montelupo F.no (FI)
www.ivsanbernard.it - info@ivsanbernard.it
-  **Landini Giuntini S.p.a.**
Via Rosa Luxemburg, 30 - 06012 Città di Castello (PG)
www.giuntinipet.it - info@giuntinipet.it
-  **Laviosa Chimica Mineraria S.p.a.**
Via L. Da Vinci, 11 - 57113 Livorno
www.laviosa.it - lcm@laviosa.it
-  **Life Petcare S.r.l.**
Via di Basserone, 57 - 52041 Badia al Pino (AR)
www.lifepecare.it - info@lifepecare.it
-  **Linea 101 S.r.l.**
Via Agostino Novella, 4 - 42025 Cavriago (RE)
www.linea101.it - info@linea101.it
-  **Lory Progetti Veterinari S.r.l.**
Via Buozzi, 3/A - 42025 Cavriago (RE)
www.loryprogettiveterinari.it - info@loryprogettiveterinari.com
-  **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.**
Via Giulio Pastore, 31 - 40053 Valsamoggia (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com
- 0239781
fax 0239784660**
- 02662181
fax 0266218290**
- 02535581
fax 025355822**
- 0456608511
fax 0456608512**
- 0113490232
fax 0113490526**
- 0573837868
fax 0573859163**
- 3482713009**
- 0173677770**
- 0818507330
fax 0818507467**
- 03965591
fax 0396559244**
- 0522887959
fax 0522888200**
- 0736250484
fax 0736257854**
- tel. e fax 0131264774**
- 0332870860
fax 0332462439**
- 011547917
Cell. 3202322870**
- 0424471424
fax 0424476392**
- 0382947500
fax 0382947488**
- 042659140
fax 0426308158**
- 0516466149
fax 0516467654**
- 050803275
fax 050867808**
- 015511310
fax 0158129259**
- 0818236000
fax 0815122135**
- 0596232450
fax 059687984**
- tel. e fax 069476129**
- 0445429111
fax 0445429115**
- 0152558103
fax 0152558083**
- 024345891
fax 0243458922**
- 0429785401
fax 0429767006**
- 038632677
fax 038632664**
- 05225452
fax 0522945365**
- +41/62/9569200
fax +41/62/9569281**
- 06545491
fax 0654549560**
- 0444482301
fax 0444482500**
- 0498015583
fax 0498015737**
- 0541731428
fax 0541731328**
- 0571509106
fax 05711656081**
- 075851781
fax 0758517804**
- 0586434000
fax 0586434210**
- 0575411013
fax 0575416496**
- 0522086489**
- 3929091598**
- 051969413**



-  **Marpet S.r.l.**
Via Don Sasselli d'Era, 13 - 37041 Albaredo d'Adige (PD)
www.marpet.it - info@marpet.it
- 0456600134**
fax 0457000124
-  **Mars Italia S.p.a.**
V.le Milano Fiori Str. 2 Pal C3 - 20090 Assago (MI)
www.pedigree.it
- 025776111**
fax 0257510890
-  **Mennuti Group S.r.l.**
Via Ponte Cerretano, 10/14 - 50050 Carreto Guidi (FI)
www.mennutigroup.it - info@mennutigroup.it
- 02662181**
fax 0266218290
-  **Mister Pet S.p.a.**
Via Pedemontana, 35 - 43029 Mamiano di Traversetolo (PR)
www.misterpetsrl.com - info@misterpetsrl.com
- 0521340323**
fax 0521340319
-  **Monge & C. S.p.a.**
Via Savigliano, 31 - 11030 Monasterolo di Savigliano (CN)
www.monge.it - info@monge.it
- 0172747111**
fax 0172747198
-  **Morando S.p.a.**
Via Chieri, 61 - 10020 Anzezeno (TO)
www.morando.it - morando@morando.it
- 0119433311**
fax 0119434289
-  **Mp Bergamo S.r.l.**
Via Passerera, 2/C - 24060 Chiusduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com
- 0358361301**
fax 0354496738
-  **Mp Group S.r.l.**
Via dell'Industria, 7/1 - 42025 Cavriago (RE)
www.versele.it - mp@versele.it
- 0522941521**
-  **MPS 2 S.r.l.**
Via Zambon, 17 - 36051 Creazzo (VI)
www.mpsitalia.it - info@mpsitalia.it
- 0444572190**
fax 0444370902
-  **MSD Animal Health Italia**
Via Fratelli Cervi snc - Centro direzionale Milano 2
Palazzo Borromini - 20090 Segrate (MI)
www.exspot.it - www.scalibor.it
- 02516861**
fax 0251686685
-  **MSM Pet Food S.r.l.**
Via dell'Agricoltura, 5 - 25028 Verolanuova (BS)
www.msmpetfood.com - amministrazione@msmpetfood.com
- 0309361245**
fax 0309921858
-  **My Factory S.r.l.**
Via Olivetti, 7/9 - 10020 Riva Presso Chieri (TO)
www.my-factory.it - info@my-factory.it
- 0119401249**
-  **My Family S.r.l.**
Strada Solero, 1/A - 15048 Valenza (AL)
www.myfamily.it - info@myfamily.it
- 0131950063**
fax 0131952944
-  **Naturina S.a.s.**
Via Bobbio, 10/3r - 16137 Genova
www.naturina.it - info@naturina.it
- 0109415459**
fax 0108393921
-  **Necon Pet Food S.r.l.**
Via Alighieri 15 - 25020 Flero (BS)
www.neconpetfood.com - info@neconpetfood.com
- 0302681182**
fax 0302680138
-  **Nestlé Purina Petcare S.p.a.**
Via del Mulino, 6 - 20090 Assago (MI)
www.purina.it
- 0281811**
fax 0281817133
-  **N.P. Industries S.r.l.**
Via Valcellina, 37 - 33097 Spilimbergo (PN)
www.disugual.it - info@disugual.it
- 0432699322**
-  **On Site S.r.l.u.**
Via Nazionale, 5 - 23012 Castione Andevenno (SO)
www.onsite.pet - info@onsite.pet
- 0342200070**
fax 0342211815
-  **Original Legno Italia S.a.s. di Maltese & C.**
Z.I. Fegotto - 91013 Calatafimi-Segesta (TP)
www.original-legno.it - info@original-legno.it
- 0924514511**
-  **Petitamis è un marchio di Eagles Engineering S.r.l.**
Via San Maurizio, 184/15 - 10073 Ciriè (TO)
www.petitamis.it - info@petitamis.it
- 3334168155**
0119222641
fax 0119224084
-  **Petness S.a.s. di Circuri G. & c.**
Via Tullio Ascarelli, 181 - 00166 Roma
italia@smartbones.com - info@petness.it
- 0666182041**
-  **Pets Fitness**
Via Soderini, 8 - 60027 Osimo (AN)
www.petsfitness.com - info@petsfitness.com
- tel. 0717108160**
-  **Pet Village S.r.l.**
Via Stradello, 35 - 48124 Madonna dell'Albero (RA)
www.petvillage.it - info@petvillage.it
- 054464418**
fax 0544684190
-  **Pineta Zootecnici**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggino Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
- tel. e fax 0522553616**
-  **Porrini Group**
Via Maestri del Lavoro, 23/25 - 25014 Castenedolo (BS)
www.porrinigroup.it - info@porrinigroup.it
- 0302791814**
-  **Rebo S.r.l.**
Via Mestre, 31 - 11050 Cairate (VA)
www.happydog.it - www.happydog.it - info@happydog.it
- 0331502700**
fax 0331502703
-  **Rinaldo Franco S.p.a.**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com
- 0248376157**
fax 0241291840
-  **Riscino Distribuzione S.r.l.s.**
Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA)
www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.com
- 0803324410**
-  **Royal Canin Italia S.r.l.**
Via Anton Checov, 50/2 - 20151 Milano
www.royalcanin.it - info@royal-canin.it
- 023347611**
fax 0233490091
-  **Sepiol S.a.**
Via General Govone, 56 - 20155 Milano
www.sepiolsa.com - info.italia@sepiolsa.com
- 0233610725**
fax 023319855
-  **Slow Global**
Cascina Malcotta - 13010 Stroppiana (VC)
www.slowglobal.com - slowglobal@gmail.com
- 0161219438**
fax 0161220542
-  **Stefanplast S.p.a.**
Via Piazza, 47 - 36020 Castegnero (VI)
www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it
- 0444639011**
fax 0444638315
-  **Ticinese Petfood S.r.l.**
Via Vigentina, 102 - 27100 Pavia
www.laticinese.it - info@laticinese.it
- 0382573789**
fax 0382575576
-  **Trixie Italia S.p.a.**
Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it
- 0444835329**
fax 0444833352
-  **Velma Group S.r.l.**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
- 0423715319**
-  **Vema Petfood&Care S.r.l.**
Via Lazzaretto snc - 21042 Caronno Pertusella (VA)
www.vemapetfood.it - info@vemapetfood.it
- 0249474139**
-  **Visan Italia**
Via Sistina, 149 - 00187 Roma
www.visanpet.it - info@visanpet.it
- 0694800700**
-  **Vitakraft Italia S.p.a.**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
- 075965601**
fax 0759656020
-  **Wahl Italia S.r.l.**
Via Piero Gobetti, 51 - 40129 Bologna
www.wahl-animal.com - info@wahlitalia.com
- 051374253**
-  **WINNER Plus Pet Food S.r.l.**
Via Italia, 4 - 00060 Capena (RM)
www.winnerplus.eu - info@winnerplus.eu
- 0690375587**
-  **Wonderfood S.p.a.**
Strada dei Censiti, 1 - 47891 Repubblica di San Marino
www.wonderfood.com - info@wonderfood.com
- 0549943311**
fax 0549943312
-  **Zoo Planet S.r.l.**
Via Malcantone, 7 - 35017 Piombino Dese (PD)
www.zooplanet.it - info.zooplanet.it
- 0499350400**
fax 0499350388



UCCELLI / BIRDS

-  **All Pet S.r.l.** **0296450470**
Via Trieste, 603 - 21042 Caronno Pertusella (VA)
www.allpet.it - info@allpet.it **fax 0296450464**
-  **Borgovit S.r.l.** **031650344**
Via Roma, 48 - 22046 Merone (CO)
www.borgovit.it - info.borgovit.it **fax 031651419**
-  **Chemi-Vit S.r.l.** **0522887959**
Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE)
www.chemivit.com - info@chemivit.com **fax 052288200**
-  **Croci S.p.a.** **0332870860**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - info@croci.net **fax 0332462439**
-  **Fioletta Rag. Gianni S.n.c.** **0341530138**
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com **fax 0341530392**
-  **Formevet S.r.l.** **024345891**
Via Savona, 97 - 20144 Milano
www.formevet.com - info@formevet.it **fax 0243458922**
-  **Imac S.r.l.** **0444482301**
Via Ghisa, 24 - 37071 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it **fax 0444482500**
-  **Manitoba S.r.l.** **0375310418**
Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR)
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com **fax 037591348**
-  **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.** **051969413**
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com **fax 051969348**
-  **Mp Bergamo S.r.l.** **0358361301**
Via Passerera, 2/C - 24060 Chiusduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com **fax 0354496738**
-  **Pineta Zootecnici** **tel. e fax 0522553616**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
-  **Rinaldo Franco S.p.a.** **0248376157**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com **fax 0241291840**
-  **Riscino Distribuzione S.r.l.s.** **0803324410**
Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA)
www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.com
-  **Trixie Italia S.r.l.** **0444835329**
Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it **fax 0444833352**
-  **Valman S.r.l.** **0444975663**
Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI)
www.padovanpetfood.com - info@valman.it
-  **Velma Group S.r.l.** **0423715319**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
-  **Vergerio Mangimi S.r.l.** **049700622**
Via Roma, 56 - 35010 Cadoneghe (PD)
www.canary.it - info@canary.it **fax 049703440**
-  **Vitakraft Italia S.p.a.** **075965601**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it **fax 0759656020**
-  **Viten S.r.l.** **0432664401**
Via Faedis, 21 - 33040 Povoletto (UD)
www.viten.it - info@viten.it
-  **Zoo Planet S.r.l.** **0499350400**
Via Malcantone, 6 - 35017 Piombino Dese (PD)
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it **fax 0499350388**

PICCOLI MAMMIFERI / SMALL MAMMALS

-  **Croci S.p.a.** **0332870860**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - info@croci.net **fax 0332462439**
-  **Fioletta Rag. Gianni S.n.c.** **0341530138**
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com **fax 0341530392**
-  **Gimborn Italia S.r.l.** **05225452**
Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia
www.gimbom.eu/it - marketing@gimborn.it **fax 0522945365**
-  **Imac S.r.l.** **0444482301**
Via Ghisa, 24 - 36070 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it **fax 0444482500**
-  **Laviosa Chimica Mineraria S.p.a.** **0586434000**
Via L. Da Vinci, 21 - 57123 Livorno
www.laviosa.it - laviosaminerals@laviosa.com **fax 0586434210**
-  **Manitoba S.r.l.** **0375310418**
Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR)
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com **fax 037591348**
-  **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.** **051969413**
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com **fax 051969348**
-  **Mp Bergamo S.r.l.** **0358361301**
Via Passerera, 2/C - 24060 Chiusduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com **fax 0354496738**
-  **Pineta Zootecnici** **tel. e fax 0522553616**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
-  **Rinaldo Franco S.p.a.** **0248376157**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com **fax 0241291840**
-  **Riscino Distribuzione S.r.l.s.** **0803324410**
Via Pasubio, 175/F - 70124 Bari (BA)
www.riscinodistribuzione.com - office@riscinodistribuzione.com
-  **Trixie Italia S.r.l.** **0444835329**
Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it **fax 0444833352**
-  **Valman S.r.l.** **0444975663**
Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI)
www.padovanpetfood.com - info@valman.it
-  **Velma Group S.r.l.** **0423715319**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
-  **Vitakraft Italia S.p.a.** **075965601**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it **fax 0759656020**

RETTILI & ANFIBI / REPTILES & AMPHIBIANS

-  **Croci S.p.a.** **0332870860**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - info@croci.net **fax 0332462439**
-  **Fioletta Rag. Gianni S.n.c.** **0341530138**
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com **fax 0341530392**
-  **Imac S.r.l.** **0444482301**
Via Ghisa, 24 - 37071 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it **fax 0444482500**
-  **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.** **051969413**
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com **fax 051969348**



Pineta Zootecnici
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

tel. e fax 0522553616

Rinaldo Franco S.p.a.
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com

0248376157
fax 0241291840

Trixie Italia S.r.l.
Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it

0444835329
fax 0444833352

Velma Group S.r.l.
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com

0423715319

Vitakraft Italia S.p.a.
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

075965601
fax 0759656020

Zolux Italia
Via Caduti di Amola, 17 - 40132 Bologna
www.zolux.com - info@zolux.it

0516414318

MARKETING & SERVIZI

GBS Marketing
Moselstrasse, 2 - 63322 Rodemark (Germany)

(+49)6074/861009
fax (+49) 6074/861089

IPV Pack S.r.l. Unipersonale
Via dell'Industria e dell'Artigianato, 26/D-E
35010 Carmignano di Brenta (PD)
www.ipvpack.com - info@ipvpack.com

0499431318
fax 0499431370

Masidef S.r.l. - Storedesign
Via Oberdan, 125 - 21042 Caronno Pertusella (VA)
www.masidef.com - info@masidef.com

029651011

Polypro S.p.a.
Via Roma, 118 - 40012 Calderara di Reno (BO)
www.polypro.it - info@polypro.it

0510958560

Vimax S.r.l.
Via Rezzonico, 23 - 22100 Como
www.zampotta.it - info@zampotta.it

031301059
fax 031301418

Zoo Planet S.r.l.
Via Malcantone, 6 - 35017 Piombino Dese (PD)
www.zooplanet.it - info@zooplanet.it

0499350400
fax 0499350388

INSERZIONISTI

sovracoperta **IV SAN BERNARD**
I coperta **FRESKISSIMO**
III coperta **MONGE**
IV coperta **CERERE**

BAMA 37
BEWITAL 25, 41
CAMON 35
CUCCIOLITO 27
DELA 39
DORADO 43

FARM COMPANY 17
JOSERA 11
MISTER PET 23, 51, 87
MP GROUP 21
MPS 2 33

MYFAMILY 2-3
OVER LINE 15
PETS FITNESS 69
PRODAC 13
REBO 31

RINALDO FRANCO 19, 29, 49
SPEED GREAT 1
TICINESE PETFOOD 47
VITAKRAFT ITALIA 63
WINNER PLUS PET FOOD 73

Zampotta
PET BUSINESS

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

Ottobre - N° 8

 Zampotta Magazine  328 9226601
 ZampottaMag  zampotta magazine

Direttore editoriale
Cristina Mandaglio

Direttore responsabile
Cristina Mandaglio
cristina.mandaglio@zampotta.it

Coordinatore editoriale
Valeria Longhi
valeria.longhi@zampotta.it

Revisore Scientifico e settore veterinario
Cristiano Papeschi

Hanno collaborato a questo numero:

Marina Moretti, Daniela Graziadio, Nicola Benincasa, Luca Scrimieri, Assunta Incarnato, Francesco Caruccio, Silvia Marini, Giuseppe Di Domenico, Emilio Gerboni, Linda Sartini, Lorena Quarta, Valerio Zupo, Alessandro Mancini, Cristiano Papeschi, Giulia Peduzzi

Direzione e Redazione

Vimax srl, Via Rezzonico 23 - 22100 Como
tel. 031301059 - fax 031301418 - info@zampotta.it

Segreteria di Redazione

valeria.longhi@zampotta.it

Produzione grafica

Anna Lioce

VIMAX
Pet Trade Service

Ufficio pubblicità

Vimax srl, Via Rezzonico 23 - 22100 Como
tel. 031301059 - fax 031301418 - info@zampotta.it

Representative for the U.S. and Canada

Richard A. Wartell - Judi Block Associates P.O. Box
1830, Willits, CA 95490 U.S.A.
phone +1/707/4569200 - fax +1/815/3710757
rwartell@writeme.com

Servizio Abbonamenti

abbonamenti@zampotta.it - fax 031301418

Stampa

Papergraf International srl - Borgorico (PD)

REGISTRAZIONE TRIBUNALE DI COMO N15/11
ISCRIZIONE NEL REGISTRO OPERATORI
COMUNICAZIONE ALL'AGCOM N. ROC 21368

Tutti i diritti riservati. Ogni riproduzione è vietata se non autorizzata espressamente per iscritto dall'Editore. Il materiale inviato alla redazione non sarà restituito, anche se non pubblicato.

Note Legali

Informiamo i lettori che le opinioni personali degli Autori non sempre collimano con quelle della Direzione e della Redazione. Tuttavia, poiché crediamo nel diritto alla pluralità dell'espressione, riteniamo opportuno pubblicarle. È ovvio che riconosciamo un identico diritto anche ai nostri lettori, che invitiamo pertanto a scriverci e ad aprire un dibattito ogni volta che lo crederanno giusto. La libertà e la possibilità di dialogo sono valori che una rivista come Zampotta non smetterà di difendere.

The Authors' personal opinions not always coincide with the Editorship or Editorial Staff's ones. Still, we do believe in everyone's right to express their own ideas, and we think it right to publish them. Evidently, we do consider our readers as entitled to do the same, thus we invite you all to write us and open a debate whenever you think it right. Zampotta will never stop supporting those values such as freedom and possibility of dialogue.

La presente pubblicazione viene inviata da Vimax srl in Italia a tutti i petshop, agrigrore, tolettatori, veterinari, allevatori e rappresentanti. Viene inoltre inviata gratuitamente in Italia e in tutto il mondo a produttori, grossisti, importatori, esportatori, associazioni e stampa specializzata del settore pet.

This magazine is distributed by Vimax srl to all Italian pet shops, seed shops, groomers, vets, breeders and agents. It is also sent to all Italian and foreign manufacturers, wholesalers, importers, exporters, associations and specialized press working in the pet field.

Sebbene la rivista venga inviata con abbonamento gratuito, si rende noto che i dati in nostro possesso sono impiegati nel pieno rispetto del D.Lgs 196/2003.

L'interessato potrà avvalersi dei diritti previsti dalla succitata legge. In conformità a quanto disposto dal Codice di deontologia relativo al Trattamento di dati personali art. 2, comma 2, si comunica che presso la nostra sede di Como, via Rezzonico 23, esiste una banca dati a uso redazionale. Gli interessati potranno esercitare i diritti previsti dal D.Lgs 196/2003 (consultare, modificare o cancellare i dati) contattando presso la nostra sede di Como, tel. 031301059, fax 031301418, il responsabile Valeria Longhi (abbonamenti@zampotta.it)

Although the magazine is delivered under free subscription, the personal data we are using are processed respecting Law Decree 196/2003. You can exercise the rights specified in the above mentioned law. In compliance with the rules specified in the Code of conduct about privacy treatment art. 2, comma 2, we inform you that the database is used for editorial purposes and resides in our headquarter located in Como, via Rezzonico 23. If you wish to exercise the rights specified in Law Decree 196/2003 (to look through, modify or cancel your personal data), please contact our office in Como, phone no. +39/031301059, fax +39/031301418. Responsible for the treatment of personal data is Ms. Valeria Longhi (abbonamenti@zampotta.it)



Monge®

Grain Free Veterinary Diets

VetSolution

LE DIETE GRAIN FREE FORMULA



RICETTE GRAIN FREE

FORMULATE SENZA UTILIZZO DI CEREALI

**CON CONCENTRATO
DI SUCCO DI MELONE**

PER NEUTRALIZZARE I RADICALI LIBERI

CON NUCLEOTIDI LIBERI

PER SUPPORTARE IL SISTEMA IMMUNITARIO

CON PREBIOTICI X.O.S.

PREBIOTICI DI ULTIMA GENERAZIONE
PER IL BENESSERE INTESTINALE

SONO MADE IN ITALY



GRAIN FREE FORMULA



NUCLEOTIDES



MELON JUICE
CONCENTRATE



X.O.S.

X.O.S.
PREBIOTICS

NO CRUELTY TEST

monge.it

GREENCOMPANY

PARS



Preda Intera

RITORNO ALLE ORIGINI



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