

Zampotta

PET BUSINESS

OTTOBRE 2022 - N° 8

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

IL VISUAL MERCHANDISING:

una freccia in più nella faretra del tuo marketing

HER MAJESTY, MAESTRA DI COMUNICAZIONE

L'Editoriale di Cristina Mandaglio

COSA FARE PER AVERE SUCCESSO

con il tuo sito eCommerce

IL CASSETTO FISCALE

cosa è necessario sapere per accedere e navigare

- Ricette complete e bilanciate per gattini

Schesir
Kitten Care





Una gamma che c

Il gattino ha **esigenze nutrizionali specifiche** per crescere sano e forte:



Cibi morbidi a causa della dentizione ancora inefficiente



Tutti i nutrienti utili alla crescita



Piccoli pasti più volte al giorno

Schesir risponde a questi bisogni con la linea Kitten Care, una gamma umido kitten *ampliata e migliorata*, con **ingredienti naturali** e **formule specifiche per supportare la crescita** del gattino da 0 a 12 mesi.



NOVITÀ



0-6 mesi

- **VERI FILETTI DI TONNETTO O POLLO FRULLATI IN CREMA**
- **ELEVATO APPORTO PROTEICO**
- **SVILUPPO DEL SISTEMA IMMUNITARIO**
- Formato da **150g "SPREMI E DOSA"**, per tanti piccoli pasti nell'arco della giornata*.



*Una volta aperto è conservabile in frigo fino a 72 ore.

creosce con lui



NOVITÀ



3-12 mesi

3-12 mesi

● **VERI FILETTI DI TONNETTO O POLLO FRULLATI IN MOUSSE**

● **ARRICCHITO CON proteine dell'uovo**

● **CON Taurina PER LO SVILUPPO NEUROLOGICO**

● Nel pratico formato in lattina da **85g**

● **VERI FILETTI DI TONNETTO O POLLO DA MORDERE**

● **FORMULA RINNOVATA, COMPLETA E BILANCIATA**

● **ARRICCHITO CON vitamine e minerali**

● Nei formati: lattina **85g** / lattina **140g** / busta **85g**



Scopri di più su schesir.com

Supportiamo il lancio delle nuove ricette con Schesir **KITTEN KIT**, il kit completo per tutte le esigenze del gattino!

DISPONIBILE SU ESPOSITORE



IL KIT CONTIENE:

1 busta 150g Kitten Care 0-6 in cream Tonnetto

1 busta 150g Kitten Care 0-6 in cream Pollo

1 lattina 85g Kitten Care 3-12 in mousse Tonnetto

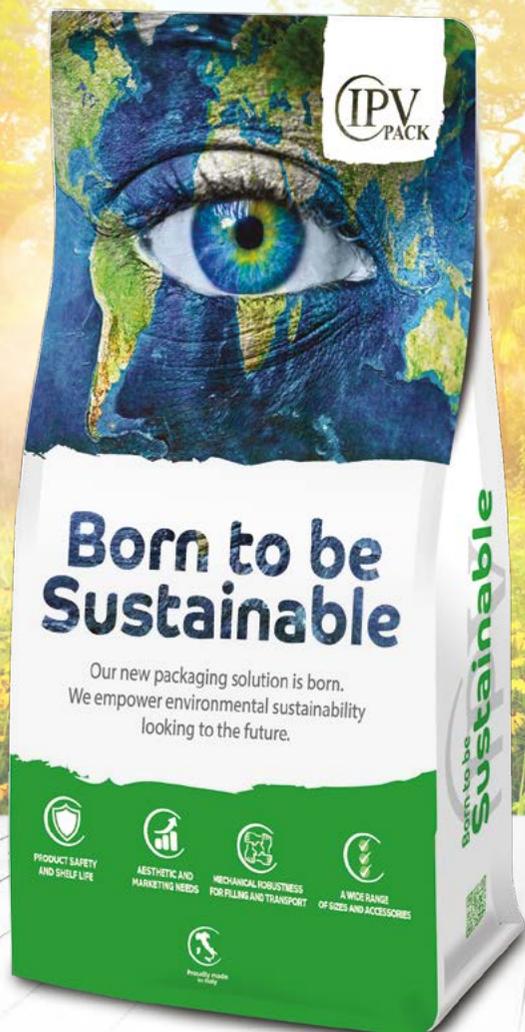
1 lattina 85g Kitten Care 3-12 in mousse Pollo

1 sacco 350g DRY NATURAL SELECTION KITTEN RICCO IN TACCHINO

L' esclusiva **Miaopedia**



88 pagine, dedicate al mondo dei gattini, con tanti consigli del nostro Veterinario e degli amici del Vip Club Schesir e una sezione speciale su cui annotare la propria esperienza.



GREEN PACKAGING: UNO SGUARDO VERSO UN FUTURO MIGLIORE

È nata la nostra nuova soluzione packaging.
Promuoviamo la sostenibilità ambientale
guardando al **futuro.**

Le abitudini e le scelte quotidiane di ciascuno di noi sono determinanti per un futuro sostenibile e per le future generazioni. IPV PACK risponde a questa importante sfida con materiali progettati per un'economia circolare.

I nostri green pack garantiscono la sicurezza e la shelf life del prodotto, la tenuta meccanica necessaria per il riempimento e il trasporto, oltre che soddisfare le esigenze estetiche e di marketing del cliente.

Contattaci al più presto per maggiori informazioni 



Proudly made
in Italy

IPV[®]
PACK
People and pack



IPV PACK, azienda certificata
BRC Global Standard Packaging
Materials, UNI EN ISO 9001:2015

Giocando si impara

il gioco sviluppa capacità motorie ed intellettive

CURIOSITA':

Secondo gli esperti cinofili, il gioco è il mezzo più importante con il quale il padrone può entrare in sintonia con il proprio cane, stimolando la sua capacità di ubbidire e di comunicare le proprie esigenze.



Trotto disk



Orma



Tuttomio

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

bama  pet

www.bamagroup.com 100% PRODOTTI ITALIANI 

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





myfamily[®]

HANDMADE IN ITALY

With love



Hermitage Collection
Genuine Italian Leather



Prodotto in Italia da MyFamily S.r.l.

Valenza (AL) Italy | 0131 950063 | info@myfamily.it | www.myfamily.it

COPERTINA

"in evidenza"

**La famiglia
si scopre
a sei zampe**

(Whitebridge Pet Brand)

8



OTTOBRE 2022 - N° 8

L'EDITORIALE
di Cristina Mandaglio

7

**Her Majesty,
maestra di
comunicazione**



CANI & GATTI

58 La forza di una linea completa
(Dorado)

61 Prestazioni sempre al top
(Heiniger)

64 Consiglia solo il meglio
(Winner Plus Pet Food)

71 Stimola la sua curiosità
(Your Cat Backpack)

72 Nutrizione ottimale senza cereali
(Oasy/Wonderfood)

74 Su misura per il tuo pet shop
(Fashion Dog)

76 Una linea ricca di amore
(Consorzio Zoodiaco)

**78 Igiene, bellezza e salute
senza compromessi**
(Linea 101)

82 Viziere... in salute
(Vitakraft Italia)

84 1, 2, 3... tirare!
(Tether Tug)

86 Apprezzati dal cliente
(Monge)

88 Segui il trend vegetariano
(Rebo)

90 Arte, cavalli e... toelettatura
(Master Show)

**107 I parassiti non vanno in vacanza,
neanche in inverno**
(L. Sartini)

110 È vero che...
(L. Quarta)

ACQUARI & CO.

85 Alimenti ad hoc
(Pro.D.Ac International)

100 L'acquario sostenibile
(V. Zupo)

**104 Da una vasca all'altra:
acclimatare i pesci - II Parte**
(A. Mancini)

PICCOLI MAMMIFERI

62 La scelta è servita
(Pineta Zootecnici)

**113 Cosa tenere lontano dalla fauci
del coniglio**
(L. Sartini)

RUBRICHE

54 Dal commercialista

56 Notizie brevi

92 La voce di...

95 Pet app

96 Dalle associazioni

98 Negozio del mese

116 Bacheca

118 Contatti

122 Inserzionisti

BUSINESS

12 Visual Merchandising

16 Tecniche di Vendita

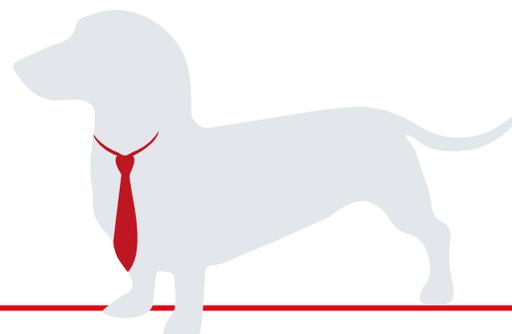
20 Gestione Finanziaria

28 Social Media Marketing

32 Strategia Aziendale

40 Pet shop On line

50 Emozioni & Business



**NUOVI
STRACCETTI
— IN SALSA —**

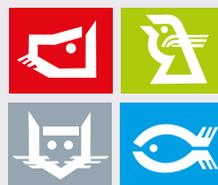


**BONTÀ
DI CARNE E VERDURE
PER UN PASTO
SANO E COMPLETO**



- **Alimenti specifici per tutte le fasi di vita:**
Puppy & Junior, Adult, Mature & Senior
- **Senza coloranti e conservanti artificiali**

oasy
world of love



ZOOMARK
INTERNATIONAL

THE SHOW EXPERIENCE

15.5 → 17.5 · 2023
BOLOGNA FIERE - ITALY

20° SALONE INTERNAZIONALE
DEI PRODOTTI E DELLE ATTREZZATURE
PER GLI ANIMALI DA COMPAGNIA
WWW.ZOOMARK.IT



An event by:



Enti di Accreditamento
e Certificazione:



SHOW OFFICE
+39 333 1412279/342 8490033
info@zoomark.it
zoomark.it

l'Editoriale di
CRISTINA MANDAGLIO



HER MAJESTY, MAESTRA DI COMUNICAZIONE

La morte di Elisabetta II ha sconvolto il mondo, tanto che ad oggi non si è ancora spenta l'eco di una notizia che ha suscitato un'incredibile quantità di commemorazioni e ricordi.

Anche noi vorremmo renderle omaggio e, senza alcuna pretesa di tracciarne un ritratto, evidenziare quella che è stata una sua dote straordinaria.

Elisabetta è stata infatti una figura eccezionale nell'ambito del mondo della comunicazione, una grande maestra di marketing istituzionale.

Definita da alcuni "l'ultima delle immortali" o "l'immutabile Regina", pensiamo invece che nei suoi 70 anni di regno abbia sempre saputo cambiare e innovarsi. Soprattutto negli ultimi tempi.

La sua incoronazione nel 1953, ad esempio, è stato il primo evento reale in diretta televisiva così come il suo discorso di Natale trasmesso nel 1957 è stato il primo non radiofonico.

Una tradizione iniziata e mai interrotta. Come dimenticare, infatti, il suo messaggio TV nel 1997 dopo la morte di Lady D.?

Ma è negli anni successivi, ormai in età avanzata, che la Regina ha saputo avvicinarsi alla gente con uno stile comunicativo nuovo e inedito: grandi sorrisi in pubblico, calore verso le persone, talvolta commozione e anche qualche battuta spiritosa. È il momento delle apparizioni che nessuno avrebbe mai immaginato, come quella accanto a James Bond o nel video girato in occasione del Giubileo con l'orsetto Paddington tanto amato dagli inglesi.

Sono gli anni in cui nasce il canale ufficiale Youtube della Casa Reale, da cui passano tutte le comunicazioni e le dirette dei momenti istituzionali come matrimoni, funerali e discorsi ufficiali. La Royal Family approda sui social, compaiono gli account Facebook e Instagram ed è una pioggia di like e condivisioni.

La popolarità della Regina è inarrestabile e Sua Maestà si mostra in TV sempre più spesso, raccontando e raccontandosi. Fino a quell'ultima foto, due giorni prima di morire, ancora una volta sorridente, mentre riceve il nuovo premier Liz Truss.

Tutto questo cosa ci insegna?

Volenti o nolenti, siamo tutti soggetti al cambiamento e imparare a cavalcarlo traendone tutte le opportunità che offre è un modo per vivere un'esistenza più serena ma anche per migliorare il nostro business.

Mettendoci in discussione, reinventandoci, facendo tesoro di ogni esperienza vissuta, uscendo dalla nostra comfort zone e soprattutto tenendoci costantemente aggiornati e al passo con i tempi, abbiamo molta più probabilità di crescere e raggiungere il successo.

Accettando e affrontando nuove sfide, possiamo far compiere importanti passi avanti alla nostra azienda.

Perché tutto è in continua evoluzione.

E la Regina Elisabetta ce lo ha dimostrato proprio con la sua vita: esempio di rigore e correttezza, ha saputo comunque reinventarsi e stare al passo con i tempi. Una vera innovatrice e maestra di comunicazione, pur sempre nel rispetto dell'etichetta, della tradizione e delle regole.

Noi di *Zampotta Pet Business* siamo al tuo fianco con i nostri articoli e i nostri esperti di marketing. Il futuro può riservarti novità meravigliose. Devi soltanto trovare il coraggio di coglierle.





La famiglia si scopre a sei zampe

Una ricerca promossa dallo Schesir Think Cat in occasione del lancio del progetto *KITTEN* racconta l'atteggiamento del tuo cliente quando a casa arriva un gattino

Continua ad aumentare il numero di famiglie italiane che sceglie di condividere la propria vita con un gatto e sempre crescente è anche l'attenzione che i pet parent dedicano all'arrivo del nuovo arrivato, specie nei suoi primi mesi di vita.

La ricerca *Come è cambiata la tua vita con l'arrivo del tuo gattino?* promossa in occasione del lancio del progetto *KITTEN* dello scorso maggio da parte dello Schesir Think Cat - che riunisce Vittorio Saettone, veterinario nutrizionista e R&D Manager di Whitebridge Pet Brands, l'etologa Margherita Paiano e la consulente felina Elena Angeli - racconta proprio dell'atteggiamento del neoproprietario quando a casa arriva un cucciolo.

whitebridge
pet brands

WHITEBRIDGE PET BRANDS
www.schesir.com



Un nuovo componente della famiglia

Qual è la provenienza del gattino che arriva nella casa del tuo cliente? Solo il 10% proviene da un allevamento, per il resto l'arrivo in famiglia è la conseguenza di un'adozione da un gattile/rifugio (36%) o regalo di amici (20%).

“I primi giorni con il gatto sono fondamentali per creare un contesto a lui ideale”, sottolinea la Dott.ssa Margherita Paiano, “si inseriscono in quelle che vengono definite ‘finestre temporali sensibili’, ovvero il periodo in cui il cucciolo cerca di capire dove collocare il proprietario”.

“Quel 36% relativo all'adozione da un



gattile o rifugio”, conclude la Dott.ssa Elena Angeli, “ci racconta che è aumentata la sensibilità verso gli animali in difficoltà. Questa scelta deve essere però sempre consapevole, ovvero bisogna assicurarsi di avere uno stile di vita adatto per il gattino”.

Sentimenti e riti

Schesir ha condotto la ricerca coinvolgendo la propria community di cat owner. Il 56% degli intervistati (il sondaggio è stato condotto coinvolgendo la Community Schesir e ha visto la partecipazione di oltre 1.000 rispondenti) ha dichiarato che si sente a tutti gli effetti "genitore" del cucciolo, un dato ancora più rilevante alla luce del fatto che oltre la metà del campione si trova a gestire un piccolo terremoto non avendone programmato l'arrivo. Una presenza che si rivela catalizzatrice di relazioni e sentimenti per il 62% dei rispondenti, e in grado di rafforzare le relazioni sociali e di amicizia (60%). Grande felicità e tenerezza riempiono la casa nei primi giorni (77%).



Le dichiarazioni degli intervistati creano un simpatico ritratto di vita domestica. Il 39% dei gattini dorme sul letto e appena sveglia gioca con il neoproprietario. Si cerca di fare un po' tutto insieme, dal gioco alle coccole dopo il lavoro (per il 30%). I riti sono davvero tanti: dal guardare la TV insieme, al fare colazione, fino al bacio della buona notte (ben il 14% dei rispondenti). In certi casi il gattino è come un'ombra e segue il padrone ovunque, anche in camera mentre si cambia. E la spazzola? Non solo una necessità, ma anche un momento insieme importante. Elena Angeli sottolinea che “...nelle prime settimane di vita è molto importante il gioco, uno dei riti che contribuisce a consolidare il rapporto”.

THE SIX-PAW FAMILY

The research promoted by Schesir Think Cat for the launch of *KITTEN* projects describes the attitude of your customers when a kitten enters the house

The number of Italian families choosing to share their life with a cat is increasing, and so is the attention pet parents pay to the new member, especially during the pet's first months. The research *How has your life changed since your Kitten entered the family?* was promoted by Schesir Think Cat - Vittorio Saettoni (veterinarian expert in nutrition and R&D Manager at Whitebridge Pet Brands), Margherita Paiano (ethologist) and Elena Angeli (feline consultant) - for the launch of *KITTEN* project last May. The research describes the attitude of new owners when *Kittens* enter their family.

NEW MEMBER OF THE FAMILY

Where does your *Kitten* come from? Only 10% come from breeding farms. The rest are the result of an adoption from shelter (36%) or gift from a friend (20%).

“The first days with the pet are fundamental to create the perfect environment”, underlines Dr. Margherita Paiano, “they create the ‘perceivable temporal windows’, that is to say the time it takes *Kittens* to understand where to place their owner”.

“The 36% who adopt from cat shelters”, says Dr. Elena Angeli, “tells us that there is an increased sensitivity towards pets in needs. However, it must be an awareness choice: owners must be sure their lifestyle is suited for the *Kitten*”.

FEELINGS AND RITES

Schesir carried out the research involving its cat owner community. 56% of the interviewees (the survey was carried out on *Schesir* Community with over 1,000 people) feel they really are “parents” of the *Kittens*, which is even more important given the fact that over half of the people interviewed has to grow a little tornado without having fully planned the pet's arrival. The *Kitten* catalyses relations and feelings for 62% of interviewees, capable to strengthen social and friendship relationships (60%). Great happiness and affection fill the house during the first days (77%). The opinions of interviewees portray a funny scene of domestic life. 39% of *Kittens* sleep on the bed and play with the new-owner once they are awake. Owners try to do everything together, from playing to after-work cuddles (30%). There are plenty of rites: watching TV together, having breakfast, goodnight kiss (14% of interviewees). Sometimes *Kittens* are the shadow of their owners, even when they change clothes. What about brushing? It is not just a need, but also another moment spent together. Elena Angeli underlines that “...during the first weeks playing is very important, one of the rites that helps strengthen the bond”.

SCHESIR NEWS FOR KITTENS: KITTEN CARE LINE IS BORN

One of the main worries of new owners is nutrition (46% of interviewees say they are very attentive to it), especially during weaning; they look for the best product to meet the specific nutritional needs of *Kittens*.

Your role as advising retailer will be crucial: you have to help customers choose the best products and explain the beneficial features.

To meet the needs of customers, *Schesir* developed *Kitten Care* for your customers, with new complete and balanced recipes



Le novità Schesir per gattini: nasce la linea Kitten Care

Uno degli argomenti che più preoccupano il neoproprietario è quello dell'alimentazione (il 46% dei rispondenti si definisce molto attento al tema), soprattutto nella delicata fase dello svezzamento, con la ricerca del prodotto migliore per soddisfare le specifiche esigenze nutrizionali del gattino.



Il tuo ruolo come negoziante nel consigliare sarà pertanto cruciale: dovrai indirizzare il consumatore verso gli

alimenti più adatti e illustrarne i benefici.

Schesir, in risposta alle esigenze dei consumatori, ha creato per il tuo cliente la linea *Kitten Care*, con nuove ricette complete e bilanciate appositamente studiate per supportare lo sviluppo del sistema immunitario e neurologico del gattino. Preparate con le migliori parti del tonnetto o del pollo, cotte al vapore e lavorate a mano, con texture adatte sia a gattini da 0 a 6 mesi che a gattini da 3 a 12 mesi, rappresentano un'alimentazione sfiziosa in tutte le fasi della crescita.

In merito a questo argomento il Dr. Vittorio Saettone afferma che "Il gattino ha bisogno di un prodotto specifico per soddisfare le sue esigenze nutrizionali, che sono diverse dai gatti adulti, necessita di alimentarsi più volte al giorno per assumere la giusta quantità di nutrienti e di introdurre nell'alimentazione cibi particolarmente morbidi, per via della dentizione ancora in via di sviluppo".

Nel periodo neonatale i gattini dipendono completamente dalle cure della madre e solo alla fine del periodo di transizione potranno iniziare ad assaggiare alimenti diversi dal latte. Dal 28° giorno inizia poi la fase di svezza-



specifically studied to support the development of the immune and neurologic system of cats. Made with the best cuts of tuna or chicken, steam-cooked and hand-processed: the texture suits *Kittens* from 0 to 6 months as well as *Kittens* from 3 to 12 months. They are the delicious nutrition throughout growth.

Dr. Vittorio Saettone says that "*Kittens* require specific products to meet their nutritional needs, which are different from the needs of adult cats. They need to eat more times per day, to ingest the right quantity of nourishing substances, besides choosing soft food because of their growing teeth".

After birth, *Kittens* completely depend from their mother: only after the end of transition period they can start eating something different from milk. They start weaning after 28 days: they shift from mother milk to semi-solid nutrition, which becomes solid week after week.

SCHEsir NEWS FOR KITTENS

Here are the plus features of *Schesir* new recipes specific for *Kittens*:

- complete and balanced, developed to meet the growth of the immune and neurologic system of *Kittens*;
- simple and with a short ingredient list, just like *Schesir*. This is also underlined by labels: only natural and unprocessed ingredients, real tuna or chicken fillets as source of animal origin, together with quality oils and fats;
- new, soft and tasty textures.

Here are the new recipes from *Kitten Care* line:

- creamy recipes come in handy 150g pouches "squeeze and feed", resealable with cap: they are suited for kittens from 0 to 6 months, since they have inefficient teeth and require small meals throughout the day (the pouch can be stored in the fridge for 72 hours). Tuna or chicken fillets are turned into a soft and creamy texture, with elevated protein intake, with vitamins and minerals for the growth of kittens' immune system.
- mousse recipe in 85g tins: and they are suited from 3 to 12 months: tuna and chicken fillets with egg proteins, to provide the right nutritional intake for the growth of kittens.
- We recommend you to underline kitten products on shelf in your shop: a visible range of complete kitten food might be helpful for your customers, helping you become a point of reference for new owners.

RENOVATED FORMULAS

In order to provide kittens from 3 to 12 months with a specific diet for their nutritional needs with a different chewy texture, "old" *Schesir Kitten* recipes have been renovated: the popular recipes with real fillets of tuna and chicken (85 and 140g tins and 85g pouches) are complete and balanced.

MIAOPEDIA: THE PRACTICAL GUIDE TO HELP CUSTOMERS

In order to complete the ethologic and nutritional project *Schesir Kitten*, *Miaopedia* has been created to support your customers throughout the first year of their *Kitten*. The 80-page guide contains vet talks (tips from veterinarians), tips from *Schesir* Community with precious experiences of pet lovers and the diary (an area where customers can record the special moments of their cat's first year).

Miaopedia will be given in exclusive to those who purchase *Kitten Kit*, the complete multipack (available for shops with handy display): growing *Kittens* can try new pate and mousse products and dry *Natural Selection*.



mento, ovvero il passaggio dal latte materno a un'alimentazione semisolida e, con il passare delle settimane, solida.

Le novità Schesir per gattino

Ecco i plus delle nuove ricette Schesir specifiche per l'alimentazione del gattino:

- complete e bilanciate, studiate per supportare lo sviluppo del sistema immunitario e neurologico del gattino;
- semplici e con una breve lista ingredienti, nello stile Schesir, come si può dedurre dalle stesse chiare etichette: solo ingredienti naturali e non processati, veri filetti di tonnetto o pollo come fonti di origine animale, insieme a oli e grassi di qualità;
- in nuove morbide e golose consistenze.



Ecco le nuove proposte della linea Kitten Care per gattino:

- prodotti in crema nel pratico formato in busta da 150 g "spremi e dosa" richiudibile con tappo: studiati per i gattini da 0 a 6 mesi che hanno ancora una dentizione inefficiente e fanno piccoli spuntini durante il giorno (la pouch è conservabile in frigorifero fino a 72 ore). Si tratta di filetti di tonnetto o pollo trasformati in una texture soffice e cremosa con alto livello di proteine, vitamine e minerali per lo sviluppo del sistema immunitario del gattino;
- prodotti in mousse in lattina da 85g: il prodotto è ideale dai 3 ai 12 mesi. Filetti di tonnetto o pollo frullati in mousse e arricchiti con proteine dell'uovo per fornire il giusto apporto nutritivo all'accrescimento del gattino.

Ti consigliamo di evidenziare a scaffale nel tuo negozio i prodotti kitten: un assortimento di alimenti per gattini completo e ben valorizzato all'interno del tuo punto vendita può infatti rivelarsi d'aiuto nella scelta del cliente e allo stesso tempo diventare un punto di riferimento per i neoproprietari.

Le formule rinnovate

Per offrire ai gattini dai 3 ai 12 mesi un'alimentazione specifica per le loro esigenze nutrizionali ma proposta in una differente consistenza da mordere, anche le "storiche" ricette Schesir Kitten che da anni i gatti apprezzano - a base di veri filetti di pollo o tonnetto (in lattina da 85 g e 140 g e in busta da 85 g) - diventano complete e bilanciate.



La Miaopedia: una guida pratica in aiuto del tuo cliente

A completare il progetto etologico e nutrizionale Schesir Kitten è stata inoltre redatta la Miaopedia, per supportare il tuo cliente durante il primo anno di vita del suo gattino: una guida di oltre 80 pagine con all'interno i vet talks (suggerimenti del veterinario), i consigli dalla Community Schesir con preziose esperienze vissute direttamente dai pet lover e il diario, una sezione su cui il tuo cliente può annotare i momenti speciali del primo anno di vita con il suo gattino.

Una copia della Miaopedia verrà consegnata in esclusiva a chi acquista il Kitten Kit, un multipack completo (disponibile per il negozio con pratico espositore) che consente di far provare al gattino, nelle diverse fasi di crescita, i nuovi prodotti in crema e in mousse e il secco Natural Selection. (M.A.)



IL VISUAL MERCHANDISING: UNA FRECCIA IN PIÙ

nella faretra dei marketer aziendali

LUCA SCRIMIERI

La vista è sicuramente, tra i nostri cinque sensi, quello predominante. Per questo il visual merchandising diventa fondamentale per far risaltare i prodotti e i relativi brand agli occhi dei clienti del tuo punto vendita

Cos'è il visual merchandising? È una disciplina, alquanto complessa, finalizzata all'incremento dei risultati sul punto vendita.

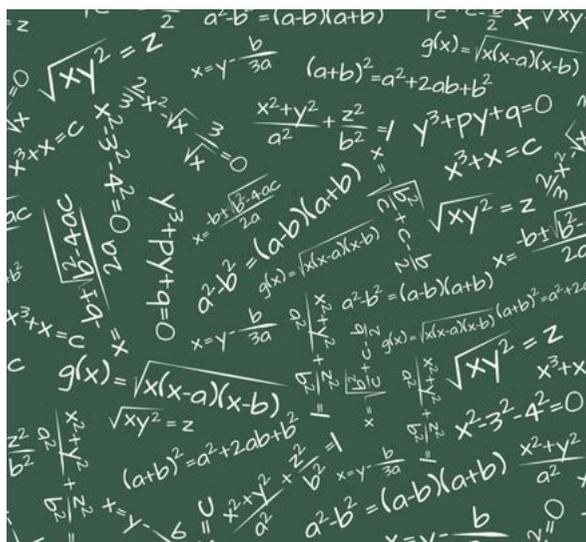
Riscontrabile nel retail, su tutte le superfici della Grande Distribuzione, Distribuzione Organizzata, negozi specializzati, interno negozi e vetrine, con l'obiettivo di massimizzare la strategia di marketing definita a priori, mira ad aumentare la visibilità della merce, la riconoscibilità, l'immagine e la reputazione del marchio interessato e le vendite.

Si tratta di una pratica commerciale volta ad ottimizzare il modo in cui prodotti e servizi vengono presentati ai potenziali clienti con l'obiettivo di aumentare il fatturato e massimizzare la redditività.

LE VARIABILI DI MARKETING CHE ENTRANO IN GIOCO

Il visual merchandising attinge a numerosi campi utilizzando le regole della percezione visiva, delle teorie del campo e del colore e applicandole coscientemente alla presentazione delle merci sul punto vendita.

Si tratta in pratica di creare un'atmosfera piacevole, coinvolgente e razionale, volta ad attirare gli acquirenti e aumentare le vendite.





DOGHERO

dispenser con sacchetti igienici



Si può essere eroi anche con piccoli gesti.
Tieni pulita la tua città.

 Record - Rinaldo Franco Spa

 record_rinaldo_franco

www.recordit.com

La capacità del visual di contestualizzare il prodotto in uno spazio visivo capace di suggestionare il pubblico, scomodando simboli più profondi, nasce all'interno di un processo strategico di marketing e finisce con la vendita del prodotto stesso.

Questo è il suo ciclo ideale.

Nel vasto panorama delle tecniche di vendita, il visual merchandising è oggi sicuramente quella più vivace e in grado, se ben attuata, di contribuire all'incremento del business della marca in maniera importante.

Il visual merchandising parte proprio dall'assortimento per sviluppare una serie di attività legate al punto vendita:

- analisi dell'assortimento;
- analisi dello spazio di vendita (contesto);
- analisi dei comportamenti di acquisto del consumatore;
- percorsi all'interno del punto vendita e relativa comunicazione;
- definizione e scelta delle attrezzature e dei display.

Le domande che guidano un visual merchandising sono le seguenti.

Quante referenze si gestiscono? Quale criterio guida la scelta dei prodotti a scaffale? C'è un particolare prodotto o servizio che si vuole evidenziare? I prodotti si trovano facilmente? Libera vendita, vendita assistita o entrambe? Gli scaffali sono organizzati per quote di mercato, per redditività, per rotazione? Il punto vendita comunica bene?

Il visual merchandising distingue tra comunicazione primaria, secondaria e terziaria.

La prima comunica il reparto (cane, gatto, pesci... oppure alimentazione, salute, accessori) ed è posta in alto, la seconda i marchi, la terza le gamme o le linee di prodotto.

Il visual merchandising operativo utilizza strumenti quali colori, luci, display, layout e altri elementi per attirare l'attenzione su particolari prodotti o su determinate aree di vendita.

Anche le insegne e le vetrine sono oggetto del visual merchandising, perché è dall'esterno che comincia l'esperienza per poi continuare all'interno del negozio.

Per attrarre il consumatore e stabilire nuove relazioni con lui, per aumentare le vendite e migliorare i margini, il visual merchandising appare sovente una scelta obbligata per molti brand, sicuramente una freccia in più nella faretra dei marketer aziendali.

Non semplicemente esposizione, assortimento e sistemazione layout dunque, ma anche colori, luci, estetica e architetture nello spazio.

Consideriamoli singolarmente.

COLORI

La teoria dei colori gioca un ruolo importante nel visual merchandising.

La scelta dei colori influenzerà la percezione dei reparti, dei marchi e dei prodotti.

Il giallo si associa alla positività, il blu evoca calma e tranquillità, mentre il rosso denota passione e energia. Si possono usare queste associazioni mentali per innescare una risposta emotiva nei clienti e aiutarli nella scelta dei prodotti.





**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

Usare la giusta combinazione dei colori aiuterà a guidare gli occhi dei clienti sulle zone principali della vetrina, del negozio e dello scaffale.

Se è vero infatti che i colori vivaci attirano l'attenzione, metterli ovunque creerà sicuramente un ambiente allegro ma potrebbe paradossalmente avere l'effetto di non far concentrare il cliente sui prodotti.

Per cui meglio utilizzare colori a contrasto o complementari per far risaltare alcune aree, prodotti o messaggi, ad esempio utilizzando un colore rosso su uno sfondo bianco.

Anche le insegne e le vetrine sono oggetto del visual merchandising, perché è dall'esterno che comincia l'esperienza per poi continuare all'interno del negozio

E non a caso abbiamo menzionato il bianco. Lo spazio bianco, o uno spazio vuoto, può essere una tattica importante per attirare l'attenzione su un punto specifico ed evitare il sovraccarico sensoriale che può sopraggiungere al cliente se vi sono troppi elementi nel negozio. Lo spazio bianco è uno spazio in cui il cliente può sentirsi a suo agio e prendere la giusta decisione.

LUCI

L'illuminazione che si crea in uno spazio contribuisce a creare l'atmosfera e il carattere di un negozio.

La luce influenza la percezione degli spazi e dei prodotti.

Una luce intensa e brillante suscita sicuramente forti emozioni e potrebbe innescare decisioni più impulsive. Un'illuminazione morbida e calda trasmette un senso di calma e comfort mentre le luci più fredde possono aumentare l'energia.

Illuminare con luce fredda solo alcuni punti può aiutare ad attirare l'attenzione su determinati prodotti.

Studiare la combinazione di luci, e in questo considerando anche la luce naturale, può aiutare nella vendita più di quanto si pensi.

PUNTI FOCALI

Il visual merchandising lavora con i punti focali, ovvero punti destinati ad attirare l'attenzione e a guidare il cliente.

Uno o più punti focali dovrebbero lavorare sempre in un negozio ed essere idealmente visibili da qualsiasi punto si trovi il cliente.

Ecco come dovrebbero agire. L'acquirente entra in un negozio e viene attirato da uno spazio in cui si espone un prodotto leader. Arrivato in quel punto probabilmente la sua attenzione si sposterà sugli scaffali accanto, dove si avrà cura di sistemare altri prodotti (ad esempio gli accessori) che completano la gamma o altre categorie di prodotto, nel caso in cui si voglia dare un suggerimento di acquisto.



Includere supporti digitali nel negozio è un'altra leva del visual merchandising. In tal modo si può arricchire l'esperienza del cliente con led display che mostrano video dei prodotti selezionati, oppure con un totem che può permettere al cliente di navigare nel negozio per trovare con pochi click ciò a cui è interessato. Ancora si può mettere un Qr-code vicino agli scaffali o sui cartellini segnaprezzi che completi l'esperienza d'acquisto.





VENDITE E CICLO MONETARIO:

come si crea la "ricchezza" in negozio

NICOLA BENINCASA

Il fatturato è una metrica di vanità, come lo sono i like su Facebook. Ma quello che conta è ciò che ti rimane nel cassetto pagate le tasse

Se dico "ricchezza", sai di cosa sto parlando?
Riferendomi a un'attività commerciale o a un'azienda, quando parlo di ricchezza intendo il fine ultimo di ogni impresa: i soldi che ti restano in tasca.
Nel mio ufficio è appesa una targa che recita: "Esiste una sola mission: fare utili".
È un modo ironico per dire una cosa serissima... che gli utili in azienda o in negozio sono tutto quello che conta.

Ma come sono collegati gli utili alle vendite? È possibile utilizzare una corretta strategia di vendita per far crescere la ricchezza?

Sì ovviamente, se sai come fare.
Vediamolo insieme.

RICCANZA, OVVERO QUELLO CHE TI RIMANE IN TASCA

Prima di parlare di ciclo monetario e scendere nello specifico è fondamentale chiarirsi su alcuni termini.

Quando parlo di ricchezza intendo gli utili, ciò che ti rimane in tasca pagate le tasse. Tasse che, è vero, sono brutte e cattive ma vanno pagate.



E, soprattutto, le tasse non sono un problema.

Fatturare è semmai il problema e quindi vendere.

Su come vendere di più dovresti avere un'idea abbastanza chiara.

Su come far rimanere più soldi nel cassetto, magari no.

Vediamolo insieme.

CHE COS'È IL CICLO MONETARIO

Quando hai aperto il tuo negozio hai dovuto affrontare un sacco di costi: affittare uno spazio, comprare i mobili e i prodotti, pagare il personale e la pubblicità ecc. Questi sono gli asset.

E ogni mattina, quando apri, l'orologio degli asset inizia a correre.

Per questo hai bisogno di un secondo orologio che corra più veloce.

È l'orologio delle vendite.

Eppure non basta.

Esiste un terzo orologio, che è quello dei margini, che deve correre ancora più veloce di quello delle vendite (ricorda che il fatturato non conta).



Abbigliamento per cani di tutte le razze



Made in Italy dal 1995

Fashion Dog srl

Via Lago di Carezza, 11 - 41012 Carpi (MO) - Italy
Tel. +39 059 687984 - e-mail: info@fashiondog.it

Legato all'orologio del margine c'è la cassa, o cashflow, che è quanto hai a disposizione nel cassetto in quel momento.

Una cassa in positivo ti permette di comprare nuovi asset e far ripartire gli orologi. Una cassa in negativo significa: ENORME PROBLEMA.

Ogni mattina, quando apri il tuo negozio, l'orologio degli asset inizia a correre. Per questo hai bisogno di un secondo orologio che corra più veloce: l'orologio delle vendite

Questo è in estrema sintesi il ciclo monetario.

È fondamentale che analizzi e ottimizzi ogni singolo orologio.

Ma quello che mi preme farti capire è che puoi, con una vendita strategica, migliorare e influenzare i margini.

Come?

I PRODOTTI STRATEGICI

Quello che devi fare domani è un'analisi dei tuoi prodotti e servizi strategici. Che cosa sono?

Sono i prodotti ad alto margine.

Non è detto che siano i prodotti più cari. Nel conteggio devi considerare i costi fissi della struttura e quanto tempo il personale è dedicato a quella vendita.

Ti basta anche un file excel e l'aiuto del tuo commercialista.

Con un'accurata analisi dei prodotti strategici in mano, puoi definire cosa vendere e come.

Le tue promozioni e le tue offerte devono proprio partire da questi prodotti.



Iniziando a vendere in maniera strategica ti renderai conto che il cashflow inizierà ad aumentare. È il termometro che ti dice come stanno il tuo negozio o la tua azienda.

È tutto quello che conta.

CONCLUSIONI

Riparti dall'analisi dei tuoi prodotti strategici, fai un elenco e imposta il calendario delle vendite, scegliendo ogni mese cosa proporre e cosa mettere in vendita.

Inizia a monitorare cashflow e utili a fine mese.

Riparti da qui.

È la ricetta per un negozio felice e in continua crescita.

Alle tue vendite.



**NICOLA
BENINCASA**

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



Baby™
Welly♥

MANGIME COMPLETO IDEALE PER
MAMME E CUCCIOLI IN FASE
DI SVEZZAMENTO

♥ IDEALE
PER MAMME
E CUCCIOLI



♥ PUPPY



♥ KITTEN



SÌ PROTEINE ALTO VALORE BIOLOGICO
VITAMINE E MINERALI
ALTA APPETIBILITÀ

NO INGREDIENTI OGM
APPETIBILIZZANTI ARTIFICIALI
COLORANTI E CONSERVANTI

Welly♥

PRODOTTO DISTRIBUITO DA CIAM S.R.L.
Via Piemonte 4, Ascoli Piceno 63100
info@welly.pet

Numero Verde
800 353145

Seguici su  

ECCO A QUALI RISORSE PUOI ATTINGERE

per far fronte a un fabbisogno finanziario della tua azienda

GIUSEPPE DI DOMENICO

Molti imprenditori richiedono una consulenza non perché la loro azienda sia sull'orlo di una crisi, ma perché hanno un'idea in mente, un progetto che coltivano da tempo ma non sanno dove trovare il denaro per realizzarlo

Magari anche tu desideri concretizzare un tuo progetto, creando la tua prima azienda o facendo crescere quella che porti avanti già da anni con tanti sacrifici, ma per mancanza di liquidità non ci sei ancora riuscito. Non sei l'unico.

Qualsiasi progetto di business, all'inizio della sua vita, non è finanziariamente autonomo e ha bisogno di risorse per nascere e crescere.

Tutti i progetti imprenditoriali, in altre parole, hanno il loro fabbisogno finanziario.

Conosco molto bene quell'entusiasmo che non ti fa dormire la notte, perché non riesci a tenere a freno il bisogno di pensare, progettare, pianificare, fare... Se solo ci fossero i soldi...

Non ti nascondo che molti me lo hanno candidamente chiesto: *"Quanti soldi servono per avviare un'attività?"*

Non esiste una risposta universalmente valida a questa domanda, perché dipende da molti fattori.

Personalmente ho aperto la mia prima partita IVA con soli 2.725 euro e tanta inventiva, ma si trattava dell'erogazione di servizi, che non necessita di macchinari per trasformare materie prime né di capannoni in cui stipare la merce.

Non ho dovuto avvalermi di fonti di finanziamento esterne, perché con le mie sole forze sono riuscito a coprire in poco tempo il fabbisogno finanziario della mia attività, in totale autofinanziamento.

Ma la maggior parte dei modelli di business parte con un fabbisogno finanziario che necessita di coperture esterne.

Che derivino dal capitale dell'imprenditore o di soci finanziatori, da accordi con i fornitori o dalla prevendita ai clienti, per fare impresa e per sviluppare nuovi progetti all'interno di un'azienda già costituita ci vogliono soldi.



alleva
Holistic Powered by
Phytonutrients



Oltre la salute

Alleva Holistic è l'unica linea di petfood che va oltre la salute del tuo amico a quattro zampe.

Grazie all'aggiunta di fitonutrienti naturali e di ingredienti funzionali ci prendiamo cura del suo benessere, a 360°.

scopri di più



Diusa Pet Italia srl

Via Piemonte 10 - 46051 San Giorgio Bigarello (MN) - Italia
Mobile: 3409373382 - info@diusapet.com - diusapet.it

Molti imprenditori sembrano non prestare attenzione a questo dettaglio o commettono errori molto gravi nella ricerca delle fonti di finanziamento per coprire l'acquisto di asset e persone. Per chiarire meglio cosa intendo e come evitare questi errori, partiamo dal definire cos'è il fabbisogno finanziario delle imprese, come si calcola e dove puoi attingere le risorse di cui hai bisogno per avviare il tuo business o i tuoi nuovi progetti imprenditoriali.

COS'È IL FABBISOGNO FINANZIARIO

Tecnicamente il fabbisogno finanziario iniziale è il totale delle risorse finanziarie di cui un'azienda ha bisogno per acquisire fattori produttivi e servire i propri clienti. Tutto il denaro, insomma, che ti serve per effettuare i tuoi investimenti iniziali e futuri.

Il concetto è piuttosto semplice, se ci pensi.

L'azienda per vivere deve sostenere costi e fare investimenti, che rientrano solo in un secondo momento sotto forma di incasso.

Il fabbisogno finanziario è la misura delle risorse necessarie per coprire questi costi di organizzazione e gestione dell'impresa, per il tempo necessario affinché le fatture emesse vengano incassate. Quello che bisogna mettere in conto, infatti, è che nei primi tempi di gestione dell'azienda le uscite potrebbero essere superiori rispetto alle entrate.



La durata di questa fase iniziale dipende dalle caratteristiche del modello di business e dalla capacità dell'imprenditore di "dominare" le variabili del ciclo di cassa.

Può durare tanto, specie se bisogna fare molti investimenti in asset durevoli per i quali si attinge a fonti di finanziamento esterne, o può essere ridotta ai minimi termini, se si lavora nell'ottica dell'auto-finanziamento.

Questo vale sia per i progetti di business avviati, sia per i nuovi progetti da inserire in un'azienda preesistente.

Ti faccio un esempio.

Proprio in questi mesi stiamo lavorando con un'azienda di servizi meccanici che ha ampliato la sua offerta e ha avuto necessità di acquistare un nuovo macchinario e costruire un capannone in cui posizionarlo.

Luigi, l'imprenditore, ci ha contattati per avere un supporto nel valutare il mix di risorse finanziarie utili a coprire questo grosso investimento iniziale, ma anche le spese di ampliamento della base clienti e della maggiore produzione.

L'azienda aveva bisogno di esporsi molto, in attesa che questi costi venissero coperti dal ROI (Return on Investment) di questi investimenti.

Con lui, come con qualunque altra azienda che deve avviare un nuovo progetto, è stato necessario misurare esattamente il fabbisogno finanziario e comprendere quanti soldi servivano per sostenere il progetto prima di arrivare al break even point, il punto in cui ricavi e costi si equivalgono.

Fatto questo, abbiamo poi selezionato le fonti di finanziamento da utilizzare, con un occhio al costo delle stesse.

FABBISOGNO STRUTTURALE E FABBISOGNO CORRENTE

So che può salire la febbre solo pensando a quanti soldi servono per far fronte a tutte le spese necessarie ad avviare una nuova attività o espandere la propria azienda, specie in un periodo di profonde incertezze e costanti rincari.

All'inizio si devono acquisire e organizzare asset e persone, acquistare impianti, immobilizzazioni, automezzi e molto altro ancora, alimentare quello che si definisce il fabbisogno strutturale dell'azienda, costituito dal capitale fisso, che una volta definito resta stabile, almeno finché non si raggiungono economie di scala.





CAMON[®]
We love pets

Il tuo #Natale,
il vostro Natale

Scopri la nuova collezione natalizia su camon.it



CAMON[®]
We love pets



Ma non basta.

Bisogna acquisire anche i beni e i servizi necessari a far funzionare l'attività operativa, i fattori produttivi, le vendite, insomma, il suo fabbisogno corrente, chiamato anche capitale circolante o capitale d'esercizio.

Quest'ultimo si riferisce al denaro necessario ad acquistare le scorte, le materie prime, i semilavorati e i prodotti, a finanziare la cessione di credito ai clienti e coprire i costi di gestione aziendale, permettendo di affrontare anche eventuali difficoltà finanziarie.

COSA RISCHI SE NON CALCOLI ESATTAMENTE IL FABBISOGNO FINANZIARIO

Calcolare in maniera puntuale il fabbisogno finanziario è fondamentale, perché eventuali errori costringono l'imprenditore a rinegoziare le condizioni di acquisto del denaro, per ottenere più credito o cambiare le condizioni.

Questo, nella maggior parte dei casi, comporta un aumento dei costi e il deterioramento del merito creditizio.

Le banche sono formidabili segugi, sanno fiutare le difficoltà di un'azienda, inclusi gli errori di calcolo in fase di avvio, molto prima dell'imprenditore.

Simili errori di calcolo non giocano certo a tuo favore.

Gli istituti di credito intuiscono che il progetto di business potrebbe vacillare sin dai suoi primi passi e, anche se concedono finanziamenti, lo fanno a condizioni peggiori, per remunerare il loro rischio di credito, che per te vuol dire sostenere costi ancora più alti per ottenere denaro.

Questo, però, è quello che succede nel migliore degli scenari possibili. Perché potrebbe andare molto peggio.



Potresti trovarti ad affrontare un'interruzione degli investimenti in corso d'opera e con lo sviluppo commerciale bloccato. Un po' come successo a Daniele, un imprenditore che abbiamo seguito un paio d'anni fa.

Lui aveva lavorato sodo negli ultimi anni per mettere soldi da parte e ampliare la sua linea di produzione di piastrelle, utilizzando materiali innovativi e aveva fatto un lavoro importante per far quadrare i conti e non essere costretto a chiedere finanziamenti all'esterno. Ma ha commesso un errore di valutazione, spinto dal classico "ottimismo imprenditoriale".

Nel calcolo del fabbisogno finanziario del suo nuovo progetto non ha messo in conto l'ampliamento del magazzino.

Pensava che gli spazi che aveva già a disposizione sarebbero stati sufficienti a ospitare la maggiore produzione, ma così non è stato. Mandare indietro alcuni ordini e mettere in conto l'acquisto di un capannone più grosso ha sfasato completamente il suo calcolo iniziale e presto non si è trovato più con i conteggi fatti.

Nel giro di poco è stato costretto a sospendere la nuova attività, perché non ci stava più nei costi e rischiava di mandare a gambe all'aria l'intera azienda.

Per questo è necessario valutare con attenzione il fabbisogno finanziario.

Lanciarsi in un nuovo investimento, senza aver calcolato precisamente il fabbisogno di risorse necessarie per realizzarlo, può portare a un inutile spreco di risorse.

Se non riesci più a trovare risorse per alimentarlo e hai già investito quelle che avevi, senza farle fruttare come dovevano, allora oltre a non realizzare il tuo progetto hai anche sprecato denaro che potevi reinvestire nella tua attività.



Errori di questo tipo, se esasperati, portano a una vera e propria crisi finanziaria, sia per mancanza di liquidità che per l'impossibilità di garantire la continuità aziendale.

Ne ho conosciute tante di aziende che hanno dovuto chiudere battente e abbassare definitivamente le saracinesche proprio per questo motivo.

CALCOLO DEL FABBISOGNO FINANZIARIO

"Come faccio, allora, a calcolare esattamente il fabbisogno finanziario?"

Sarò un po' tecnico a questo punto, ma è utile per farti capire nella pratica come puoi calcolarlo anche per conto tuo.

Innanzitutto, devi distinguere tra fabbisogno finanziario lordo, dato dalla somma delle voci che compongono l'attivo di bilancio, e fabbisogno finanziario netto.

Quest'ultimo può essere calcolato attraverso il metodo sintetico, l'ammontare totale degli investimenti netti (al netto dei fondi) più l'utile e la perdita di esercizio, a cui devi sottrarre le riserve di utili.

Un altro modo per calcolare il fabbisogno finanziario netto è il metodo analitico, la differenza tra le uscite monetarie in fase di liquidazione e le entrate monetarie in fase di riscossione.

Puoi calcolare il fabbisogno finanziario netto con metodo analitico utilizzando lo scadenzario di tesoreria, uno strumento di controllo di gestione strategico.

FONTI DI FINANZIAMENTO

"Tutto molto bello, ma dove trovo i soldi per soddisfare il fabbisogno finanziario dell'azienda?"

È giusto premettere che la capacità di autofinanziamento di un'azienda nelle fasi iniziali è tendenzialmente limitata, soprattutto se per ragioni competitive l'impresa è costretta a praticare prezzi molto bassi o inferiori alla media dei concorrenti.

Puoi ritrovarti quindi costretto ad attingere a fonti di finanziamento esterne, a meno che tu non abbia capitale proprio sufficiente a coprire la mole di investimenti necessari per avviare la tua attività.

In questo senso, se ci riferiamo ai finanziamenti bancari, bisogna distinguere tra strumenti di finanziamento a breve, medio e lungo termine.

Ognuno di questi è adatto a soddisfare un certo tipo di fabbisogno finanziario.

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

Quello di breve termine, ad esempio, riferito all'acquisto di scorte e alla copertura delle spese di produzione correnti, andrebbe finanziato con risorse di breve periodo, come anticipi fatture, ordini, Ri.Ba, fidi di cassa a copertura di eventuali insoluti, in base al modello di business.

Tecnicamente il fabbisogno finanziario iniziale è il totale delle risorse finanziarie di cui un'azienda ha bisogno per acquisire fattori produttivi e servire i propri clienti

Gli investimenti di lungo termine, come le attrezzature e i macchinari, dovrebbero essere finanziati invece con fonti finanziarie di lungo termine, quindi capitale proprio o di terzi mixati tra loro, possibilmente.



Quali sono le fonti di finanziamento per coprire il fabbisogno finanziario se non puoi contare sull'autofinanziamento?

La fonte più utilizzata dalle PMI sono i debiti bancari: finanziamenti a breve termine (inferiori a 18 mesi), a medio termine, che hanno durata tra 18 mesi e 5 anni, come chirografari, prestiti, noleggi, leasing e finanziamenti a lungo termine, come mutui e leasing.

Ma tra le fonti di finanziamento a cui un imprenditore può ricorrere ci sono anche gli investitori, soci finanziatori ai quali rivolgersi presentando la proposta di business. In questi casi la prima cosa da fare per venderla al meglio è presentare la redditività attesa dagli investimenti per cui stai chiedendo finanziamenti.

Ma quelle che garantiscono maggiore stabilità finanziaria alle iniziative imprenditoriali restano le fonti interne: capitale proprio e autofinanziamento. Quest'ultimo, in particolare, corrisponde con la capacità dell'azienda di coprire il proprio fabbisogno attraverso la redditività ricavata dall'attività aziendale.

A COSA SERVE CALCOLARE IL FABBISOGNO FINANZIARIO

Riuscire ad avere un'idea precisa del fabbisogno finanziario aziendale, come viene suddiviso e quali sono le fonti che puoi utilizzare per coprirlo, ti permette di avere la maggiore corrispondenza temporale possibile tra durata del fabbisogno e durata dei finanziamenti.

Più preciso è il tuo calcolo, minori saranno i tempi di rientro degli investimenti e meno difficoltà incontrerai nella realizzazione del tuo progetto, almeno dal punto di vista finanziario.

Eviterai problemi di liquidità e disporrai di risorse liquide sufficienti per far fronte alla maggior parte delle esigenze di cassa aziendali.



**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



THE ATTRACTION OF NATURE

APPROVATO
DAI VETERINARI



ZERO
CEREALS



MADE IN ITALY
Primordial
by Mister Pet

GRAIN FREE

HOLISTIC NUTRITION HIGHLY FRESH MEAT

Natural ingredients that respect the evolutionary origin of dogs and cats

100%
NATURAL

70%
ANIMAL
ingredients

30%
VEGETABLES
herbs and fruits

MISTERPET www.misterpetsrl.com

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

TRASFORMA LA FESTA DI HALLOWEEN

in un'opportunità di business

SILVIA MARINI

Ormai anche in Europa, e in particolare in Italia, si festeggia Halloween. Ti spiegherò ora come sfruttare questa festa per promuovere il tuo pet shop e incrementare le vendite

Le origini di Halloween risiedono nella festa celtica di Samhain, che segnava la fine dell'estate e l'inizio dell'inverno. Rappresentava dunque un momento di passaggio che si ritrova anche nell'attuale Halloween come "festa dei morti", con i bambini che si mascherano da creature mostruose e vanno in giro per le case a chiedere "dolcetto o scherzetto?".

In questo articolo ti illustrerò una strategia che potrai sfruttare anche tu in occasione della festa del 31 ottobre, con la quale potrai trasformare Halloween in un'opportunità di guadagno per il tuo negozio.

FESTA DI HALLOWEEN: COSA NON FARE

La cosa che ti sconsiglio assolutamente, ma che purtroppo ancora oggi accade in molti pet shop, è "travestire" gli animali. Sì, esatto.

Penso sia successo spesso a molti di noi: entriamo in un negozio e vediamo un cane con le ali da pipistrello o un gatto con il cappello da stregone.

Quello che ti sto suggerendo all'interno di questo articolo è ben altro: utilizzare Halloween per promuovere il tuo pet shop.

Vediamo come.





CON NOI TUTTE LE STRADE PORTANO A NUOVE OPPORTUNITÀ



STAI CERCANDO NUOVI PRODOTTI DA INSERIRE A SCAFFALE? POSSIAMO OFFRIRTI UN'AMPIA GAMMA DI PROPOSTE DIVERSE DAL SOLITO PET FOOD, GARANTITE DALLA NOSTRA ESPERIENZA. DA OGGI NON SOLO PER IL CANE, MA ANCHE PER IL GATTO!

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

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

È così che le proprietà organolettiche e nutritive vengono preservate.

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

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

Pettys C-SELECTED SUPERPREMIUM by MSM
Playdog Complete dog food
PlayCAT Complete CAT food
podium

MSM
PET FOOD
PRODOTTI COL CUORE

PASSO 1: CREA LA TUA OFFERTA

La prima cosa a cui dobbiamo pensare è come creare la nostra offerta per Halloween.

Attenzione, però.

Non un'offerta qualsiasi o uno sconto qualunque che potrebbero essere validi in tutti i periodi dell'anno.

Ma un prodotto, a un prezzo molto basso, specifico per l'occasione.

Qualche esempio?

Si potrebbero proporre dei biscotti con dei disegni che richiama la festa, come una zucca o un pipistrello.

Oppure una pettorina con scritto "Dolcetto o Scherzetto?".

O qualcosa di simile...

PASSO 2: SCEGLI A CHI INVIARE L'OFFERTA

A questo punto bisogna scegliere chi sarà il destinatario della tua campagna.

Chi già ti conosce, oppure nuovi clienti?

Non c'è una scelta giusta o sbagliata, dipende dalla strategia complessiva del tuo business: se stai cercando di consolidare la tua attività, creando una relazione sempre più forte con chi ha già acquistato i tuoi prodotti, oppure se sei in cerca di nuovi clienti.



Il tipo di pubblico scelto comporterà delle scelte diverse dal punto di vista della comunicazione.

Con i vecchi clienti non ti sarà necessario presentarti e parlare della storia della tua attività, perché già ti conoscono e si fidano di te.

PASSO 3: IL PRE-LANCIO

Una volta definita l'offerta e deciso se rivolgerla a clienti vecchi o nuovi (o magari a entrambi) non è ancora il momento del lancio.

Devi infatti creare un pre-lancio, che è il momento fondamentale per la riuscita o meno della tua campagna promozionale.

Prima di continuare, però, ti voglio avvertire che le attività di cui ti parlerò si svolgeranno esclusivamente sui social network (anche se, con le dovute differenze, potresti adattare anche al tuo sito web, sulla tua mailing list, etc.).

Ma perché è così importante il pre-lancio?

Perché è il momento in cui attiri l'attenzione di chi legge un articolo o guarda un video. E non per vendergli qualcosa, ma per parlargli di un argomento a cui è interessato.

Nel tuo caso potresti realizzare una serie di video a tema "Halloween" con protagonisti gli animali che visitano il tuo pet shop e i loro proprietari, utilizzando sfondi a tema con ciotole, trasportini, tiragraffi, cuccie e accessori vari decorati ad hoc per l'occasione.

Non devi parlare dell'offerta che presenterai successivamente, ma solo attirare l'attenzione sulla festa del 31 ottobre.



Quanti video realizzare?

Non esiste un numero preciso.

Certamente più video realizzerai e più aumenteranno le possibilità che le persone, una volta che presenterai loro l'offerta, siano interessate ad acquistarla.

Durante i video di pre-lancio viene creato un pubblico interessato all'argomento, a cui poi proporre la tua offerta

Questo tipo di strategia prevede l'utilizzo, sia in fase di pre-lancio che in quella successiva di lancio, delle Facebook Ads.

Ti ho già parlato in un articolo precedente del retargeting (una forma di pubblicità online che si rivolge agli utenti sulla base delle loro precedenti azioni su Internet), ed è esattamente quello che devi fare.

Durante i video di pre-lancio, infatti, viene creato un pubblico interessato all'argomento "Halloween", a cui poi proporre la tua offerta.

PASSO 4: IL LANCIO DELL'OFFERTA

Siamo arrivati al punto di lanciare la promozione che hai creato per Halloween.

Come anticipato nel paragrafo precedente, non devi destinarla a tutti, ma soltanto a chi ha visualizzato i tuoi video di pre-lancio.



Perché?

Perché, in caso contrario, andresti a promuovere l'offerta a un pubblico freddo o comunque non interessato alla festa del 31 ottobre. Invece, andando a promuoverla solo a chi ha visto i tuoi video, ti rivolgerai a un pubblico caldo, che non aspetta altro che ricevere la tua offerta.



**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 *lezampeditido.it* e al suo Gruppo Facebook "Le Zampe di Fido".

Molto amante dei cani e del loro mondo (www.facebook.com/groups/socialpetmarketing), è autrice del libro "Il cane che mi insegnò a volare", acquistabile su Amazon.

Anche in questo caso ti consiglio di realizzare dei video in cui:

- vai a ricapitolare gli argomenti dei video di pre-lancio;
- spieghi perché è stata creata un'offerta;
- parli dei prodotti realizzati per la festa del 31 ottobre e di come acquistarli (se attraverso il tuo sito web oppure direttamente in negozio).

Se il tuo negozio non dispone di un eCommerce, ricordati sempre di chiedere alle persone che acquisteranno "l'offerta Halloween" se hanno visto i tuoi video sul web. Questo ti servirà a capire se la campagna pubblicitaria ha funzionato o meno.

Inoltre ti consiglio di non far durare per troppo tempo questa fase di lancio, stabilendo una scadenza (la mezzanotte del 31 ottobre, per esempio). Questo termine perentorio farà sì che le persone, se vogliono i prodotti oggetto dell'offerta, si sbrighino ad acquistarli.

CONCLUSIONI

Ecco dunque la strategia da utilizzare nel periodo di Halloween.

Ti farai conoscere da nuove persone oppure potrai utilizzarla per aumentare il rapporto di fiducia con chi è già tuo cliente.

Ricorda infatti che in media i vecchi clienti spendono molto di più, almeno il doppio, rispetto a quelli nuovi.

Hai intenzione di attuare questa strategia?

Mi raccomando, come sempre, fammi sapere quali saranno i tuoi risultati.



ORGANIZZA LA TUA IMPRESA:

5 KPI di cui non puoi fare a meno

ASSUNTA INCARNATO

Organizzare un'impresa non è per niente semplice: ci sono tanti aspetti da considerare, tante attività da compiere, tante procedure da organizzare...

Ho già avuto modo di parlarti di organizzazione aziendale, ma in questo articolo voglio farti qualche esempio di KPI (Key Performance Indicator) che, opportunamente adattati alla tua azienda, potrebbero esserti davvero utili.

Pronto?
Cominciamo!

CAPACITÀ DI UTILIZZO (CUR - CAPACITY UTILIZATION RATE)

Quando la tua impresa investe in un macchinario o in un impianto, o nella strutturazione di un team, l'obiettivo che dovresti sempre tenere a mente è come poterne sfruttare appieno le potenzialità, fino a raggiungere il punto di saturazione.

Mi spiego meglio.

Se Antonio ha un impianto in grado di produrre calze, ed è in grado di produrne 10.000 in un giorno (numero a caso...), avrà tutto l'interesse a far sì che il macchinario lavori per lui alla massima potenzialità, in modo da "recuperare" più velocemente dall'investimento.

Questo concetto, che potrebbe riguardare in prima apparenza solo il settore industriale, in realtà può essere esteso a tutte le imprese, anche quelle di servizi.



CAT&RINA

BeNatural

LETTIERA AL TOFU

ECO FRIENDLY

TOFU CLASSICA

ANCHE 10l

CARBONE ATTIVO

TÈ VERDE



PESCA E MIELE



ORIGINE VEGETALE



SUPER AGGLOMERANTE



NEUTRALIZZA GLI ODORI



DURATA EXTRA



FACILE DA SMALTIRE NEL WC

RECORD
Qualità per piccoli animali

Se Antonio, ad esempio, avesse un albergo, avrebbe interesse a massimizzare il tasso di occupazione delle camere.

Se invece Antonio fosse un libero professionista, avrebbe interesse ad avere lavoro più che a sufficienza da delegare ai propri collaboratori, che sono lavoratori dipendenti e che vengono pagati a prescindere dalle ore effettivamente lavorate o meno.

Dagli esempi che ti ho appena fatto probabilmente puoi intuire perché è così importante massimizzare la capacità di utilizzo della tua impresa: perché in questo modo riesci a "coprire" più velocemente i costi fissi e raggiungere il Break Even Point (in economia aziendale, il punto di pareggio in cui ricavi e costi si equivalgono).

Anzi, a dirla tutta, dopo esserti fatto bene i conti e dopo le opportune valutazioni del caso, potrebbe essere più conveniente per te vendere un'unità aggiuntiva di prodotto (che sia un lotto di calze, una camera d'albergo o dei servizi professionali aggiuntivi) a un prezzo più basso di quello che pratici usualmente, proprio per massimizzare l'utile d'esercizio.

Come si calcola la capacità di utilizzo?

$$\text{CUR} = \frac{\text{attuale capacità nel periodo } t \times 100}{\text{capacità potenziale nel periodo } t}$$

Ritornando all'esempio di Antonio che produce calze, ipotizziamo appunto che il suo impianto sia in grado di produrne 10.000 in un giorno; tuttavia, la produzione media nel mese di agosto è stata di 8.500 al giorno.

Quindi il CUR è pari a: $8.500/10.000 = 85\%$

Generalmente una buona capacità di utilizzo si attesta intorno all'80%, che è quasi al suo massimo ma ti permette ancora di gestire eventuali richieste aggiuntive e non programmate da parte dei tuoi clienti.

Conoscere questo KPI è importante perché ti permette di stimare quanto variano i tuoi costi all'aumentare della domanda da parte dei tuoi clienti, soprattutto se devi fare nuovi e ulteriori investimenti in macchinari o personale, o modificare la tua struttura organizzativa perché la tua azienda sta crescendo.

VARIABILITÀ DEI TEMPI DI REALIZZAZIONE DI UN PROGETTO (PSV - PROJECT SCHEDULE VARIANCE)

Qualsiasi impresa deve fare progetti.

Ma a cosa mi riferisco esattamente?

Un progetto è l'organizzazione di azioni nel tempo per il perseguimento di uno scopo predefinito.

Un esempio potrebbe essere, per un albergo, l'insourcing del servizio di pulizia della biancheria, che si concretizza nell'assunzione del personale qualificato, l'individuazione degli spazi adatti, l'acquisto dei macchinari, l'implementazione della procedura interna di pulizia e il coordinamento con altre procedure (ad esempio la consegna della biancheria pulita alle cameriere dei piani), etc.

Allo stesso modo si può parlare di progetto in relazione ai servizi che offri ai tuoi clienti: anche in quel caso devi attuare una serie di azioni, coordinate tra loro, che portino a un risultato.

È allora utile monitorare periodicamente quanto il tempo stimato per la realizzazione del progetto si discosta da quello effettivo, soprattutto per individuare eventuali inefficienze ricorrenti che, una volta ottimizzate, possono permetterti di risparmiare sui costi e aumentare la capacità di soddisfare più richieste da parte dei tuoi clienti.

Il KPI è molto semplice.

$$\text{PSV} = \text{tempo stimato} - \text{tempo effettivo}$$





Iv SAN BERNARD®

LUXURY CARE



THE BEST

for Dogs & Cats

Mirco Spinghieri

ivsanbernard.it

Un risultato negativo indica che il progetto o la procedura hanno comportato un tempo per la loro realizzazione più lungo rispetto a quello preventivato (e quindi un costo non atteso).

Un risultato positivo, al contrario, indica che il progetto è stato completato prima del previsto; laddove questa situazione si ripettesse, potrebbe indicare la maggiore capacità di produrre beni e servizi e quindi soddisfare un maggior numero di clienti.

Antonio gestisce un salone per donna, e vuole monitorare il tempo impiegato dalle sue ragazze per effettuare alcuni servizi:

	Tempi Stimati	Tempi Effettivi	Scostamento
Taglio corto	15	13	2
Trattamento idratante	30	33	-3
Colorazione	72	85	-13

Dall'analisi Antonio si rende conto che i tempi stimati per il taglio e il trattamento idratante sono coerenti con quelli effettivi, mentre il tempo occorrente per la colorazione va rivalutato. Potrebbe quindi essere necessario rivedere la procedura, o aumentare il prezzo del servizio.

VARIABILITÀ DEI COSTI DI PROGETTO (PCV - PROJECT COST VARIANCE)

Analogamente a quanto già detto per il KPI precedente, è possibile anche calcolare lo scostamento dei costi preventivati di progetto rispetto a quelli effettivi.

Anche questo è un indicatore estremamente importante, perché ti consentirà di monitorare quanto corretti sono i tuoi preventivi e se i prezzi che proponi ai tuoi clienti ti permettono di realizzare un utile soddisfacente.

Anche in questo caso il KPI è molto semplice.

$$\text{PCV} = \text{costi di progetto stimati} - \text{costi di progetto effettivi}$$

Un risultato negativo indica che il progetto, o la procedura, ha comportato un costo per la sua realizzazione più alto rispetto a quello preventivato.

Un risultato positivo, al contrario, indica che il progetto è stato completato a un costo più basso del previsto.

Ti propongo allora un semplice esempio (*liberamente tratto da: Bernard Marr, Key Performance Indicators. The 75 measures every manager needs to know, 2012, Pearson ed. & FT Publishing*).

Antonio fa l'architetto e deve presentare a tre differenti clienti tre progetti che hanno comportato una mole notevole di lavoro: per verificare se i preventivi elaborati dall'ufficio amministrativo sono coerenti, decide di confrontarli con le ore effettivamente lavorate dal suo team.

	Costi Stimati	Costi Effettivi	Scostamento
Progetto A	500.000 €	600.000 €	- 100.000 €
Progetto B	250.000 €	270.000 €	- 20.000 €
Progetto C	75.000 €	70.000 €	5.000 €
TOTALE			- 115.000 €

Dall'analisi Antonio comprende che solo il progetto C ha rispettato la previsione dei costi; al contrario il progetto A e B sono entrambi fuori budget.



Se possibile Antonio potrà riformulare il preventivo di A e B. Comunque è opportuno che le procedure per la formulazione dei preventivi futuri siano riviste e aggiornate.

Potrebbe essere molto utile suddividere un progetto molto impegnativo in milestone (o risultati intermedi), in modo da poter monitorare nel tempo l'andamento di questo KPI ed eventualmente prevedere nei contratti commerciali una clausola di adeguamento del prezzo, per evitare alla consegna del progetto sorprese sgradite.

QUALITÀ

In un capitolo che parla di KPI sui processi interni, non poteva davvero mancare un indicatore sulla qualità.

La qualità è un 'mantra' da anni, un'ossessione per la maggior parte delle imprese...

La maggior parte delle imprese, infatti, imposta la propria strategia sulla qualità.

Tuttavia...

Cos'è davvero la qualità? Come si misura?

Chi può dire, o piuttosto quale indicatore può sostenere con assoluta certezza, numeri alla mano, che un prodotto ha una migliore qualità rispetto a un altro? Allora, se vuoi davvero essere certo che il tuo prodotto sia di qualità, devi cercare di stabilire dei criteri precisi e misurabili che rispondano alle aspettative ed esigenze reali dei tuoi clienti.



Se l'azienda di Antonio produce borse professionali, e i suoi clienti si aspettano che

il prodotto acquistato resista all'uso quotidiano per almeno cinque anni, Antonio dovrà cercare di monitorare questo dato e cercare di fare il possibile per soddisfare le aspettative dei clienti.

Allo stesso modo, se Antonio gestisse una struttura ricettiva: in tal caso, potrebbe far riferimento alle valutazioni rilasciate dai suoi ospiti sulla pagina Facebook dell'albergo o sui più famosi portali specializzati (TripAdvisor, Booking.com, etc.)

Dagli esempi che ti ho proposto puoi allora comprendere come non esista una definizione univoca di qualità, e quindi di KPI ad essa associata.

Tuttavia è fondamentale monitorarla, perché solo in questo modo potrai essere certo di come e in che misura soddisfi le aspettative dei tuoi clienti.

Ecco quindi come puoi fare:

- individua le caratteristiche del tuo prodotto che soddisfano le aspettative dei tuoi clienti (suggerimento: leggi le loro recensioni!);
- cerca di identificare lo standard atteso;
- imposta un indicatore che sia in grado di misurare quanto effettivamente il tuo prodotto / servizio sia in grado di rispettare le aspettative dei tuoi clienti.

Ritorniamo al caso delle borse professionali prodotte da Antonio.

Se i clienti si aspettano che durino almeno (ad esempio) cinque anni, Antonio potrebbe prevedere un servizio di riassetto della borsa, più specificatamente di pulitura, riparazione di eventuali cuciture, etc.



In questo modo potrebbe offrire un servizio aggiuntivo alla sua clientela in modo da aumentare il valore percepito del suo sistema di offerta, e contemporaneamente monitorare dopo quanto tempo dall'acquisto il servizio viene richiesto e le condizioni effettive della borsa con il passare degli anni.

Molto semplice, no?

Un progetto aziendale è l'organizzazione di azioni nel tempo per il perseguimento di uno scopo predefinito

INNOVAZIONE

Non posso non parlare di innovazione in riferimento ai KPI sui processi interni di un'azienda. Sarebbe imperdonabile.

Ma cos'è, innanzitutto, l'innovazione?

L'innovazione implica la conversione di nuove conoscenze in un nuovo prodotto, processo o servizio e la capacità di riuscire a renderli economicamente utilizzabili.

Quanto e come innovare?

Dipende da tanti fattori, come dalla tua attività, dal tuo settore, dal tuo mercato.

Un'impresa edile ha sicuramente esigenze di innovazione radicalmente differenti rispetto ad un'impresa tecnologica.

Tuttavia, destinare periodicamente risorse (tempo e denaro) al miglioramento dei processi interni e allo sviluppo di nuovi prodotti e servizi è - a meno di trascurabili eccezioni - indispensabile.

Ti suggerisco quindi di stabilire periodicamente e con precisione quante risorse vuoi destinare all'innovazione ma, soprattutto, gli obiettivi che ti aspetti di raggiungere e come possono migliorare la tua redditività.

Se ti poni l'obiettivo di sviluppare un nuovo servizio da offrire alla tua clientela, devi:

- stimare quanto puoi aspettarti di incassare dal nuovo sistema di offerta;
- stimare quante risorse in termini di tempo e denaro sono necessarie per acquisire le competenze necessarie per offrire ai tuoi clienti il nuovo servizio (es. ore di formazione necessarie);
- stabilire degli indicatori che ti permettano di monitorare quanto la tua organizzazione sia vicina all'obiettivo (es. ore di formazione frequentate);
- offrire il servizio alla tua clientela;
- monitorare il successo dell'iniziativa, cioè se la marginalità ottenuta (margine per cliente x clienti che hanno acquistato il nuovo servizio) giustifica l'investimento.

Seguendo questo processo logico, anche tu - come Antonio - sarai in grado di focalizzarti unicamente sui processi economicamente apprezzabili, evitando di sostenere costi improduttivi e inutili.



**ASSUNTA
INCARNATO**

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



Vivere

EQUILIBRIUM MEAL

by Mister Pet



*Nutrire bene il tuo cane,
è il primo passo
per Vivere bene insieme.*

LOW GRAIN

60% INGREDIENTI ANIMALI **20%** RISO INTEGRALE **20%** VERDURE FRUTTA ERBE

HOLISTIC PHILOSOPHY



La linea **Vivere** viene prodotta con ingredienti etici **100% naturali**, senza fare nessun tipo di test clinici sugli animali. Rispetta la naturale alimentazione dei cani perchè realizzata con tanta carne fresca, con un totale del **60% di Animals ingredients** e l'aggiunta di verdure, erbe e frutta.

100% NATURAL PET FOOD



MISTERPET www.misterpetsrl.com

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

ECCO COSA DEVI FARE PER AVERE SUCCESSO

con il tuo sito eCommerce

FRANCESCO CARUCCIO

Il metodo con il quale non puoi sbagliare per ottenere ottimi risultati in modo certo e sicuro dal tuo eCommerce in brevissimo tempo. Senza se e senza ma

Ti sei mai trovato nella situazione di avere un progetto eCommerce e di voler fallire? Magari non accontentandoti di fallire e basta, ma anche bruciando decine di migliaia di euro in poche settimane? Eccoti servito. Lo so, è una domanda senza senso. Naturalmente sono ironico nel porla in questi termini: nessuno vuole fallire. Non ho mai conosciuto un solo imprenditore che desiderasse farlo.

Eppure...

La realtà è che i piccoli imprenditori spesso agiscono come se volessero fallire, facendo esattamente l'opposto di quello che bisognerebbe fare per ottenere dei risultati e partire bene, diciamo con il piede giusto.

Per questo vorrei essere estremamente chiaro su un fatto: se farai queste cose, se seguirai i passi che descriverò di seguito, fallirai sicuramente, in breve tempo e spendendo anche un sacco di soldi.

Il bello è che facendo l'esatto contrario di quanto dico provocatoriamente qui, le possibilità che tu fallisca si riducono drasticamente. Non posso dire che le annullerai del tutto, poiché ci sono altri fattori che possono giocare un ruolo nella riuscita o nel fallimento di un progetto eCommerce, ma le abbasserai di tanto.

Credimi se ti dico che il mondo eCommerce è difficile anche facendo le cose fatte bene. Ci sono potenzialità e difficoltà diverse, questo sì, ma è complicato come qualsiasi altra attività.

Nel marketing si dice che la cosa più importante in una qualsiasi attività imprenditoriale, cioè quando si vende qualcosa a qualcuno, è "avere la folla affamata". Significa che ci dev'essere mercato



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.

Fare eCommerce non è “quella roba facile che fai su internet, che basta un ragazzino che ti segua i social”. No.

Parlo di questo argomento perché recentemente ho avuto la malsana idea di fidarmi di quello che diceva un cliente e vivere un'esperienza che non vorrei mai ripetere.

Questo cliente (che comunque ho aiutato in tutti i modi, e qualche risultato lo ha portato a casa, giusto per dire) è partito non con il piede sbagliato, ma direttamente con tutte e due, facendo un salto nella situazione più terribile che mente imprenditoriale potesse generare.

Adesso ti svelo come ha fatto.

Tutto comincia quando una persona che si occupa di startup mi mette in contatto con questo potenziale cliente e mi dice che ha bisogno di realizzare il sito eCommerce. Inizialmente l'unica cosa che mi commissiona è il sito. Non aveva bisogno di altro, dove per “altro” naturalmente intendo: analisi del progetto, verificare se esiste una domanda da parte di un pubblico per i prodotti che vende, scoprire quanto è il potenziale, analisi dei concorrenti, fare le campagne marketing. Insomma, sembrava aver bisogno solamente di un tecnico che eseguisse (bene) la realizzazione di un sito. Tutto qui.

Andiamo allora a vedere come questo cliente è riuscito a creare una situazione per fallire passo dopo passo e come tu invece puoi evitarla.

PASSO N.1 PER FALLIRE: PENSARE CHE TU NE SAPPIA QUALCOSA DI ECOMMERCE

Il primo passo che devi compiere per fallire e bruciare letteralmente decine di migliaia di euro è quello di pensare che tu, che nella vita hai fatto altro, capisca qualcosa di eCommerce e di vendite online.



Allora... dopo alcuni anni questo cliente chiude l'attività e decide di investire nel mondo eCommerce per la sola vendita di prodotti, passando quindi da un'esperienza principalmente basata sui servizi e molto poco sui prodotti, a vendere solo questi ultimi. Rimane nello stesso settore, vendendo gli stessi prodotti che prima vendeva in piccolissima parte nel suo negozio.

Per fare un esempio che non c'entra niente con il cliente, ma che può far ben capire la

situazione, possiamo provare a pensare a un'attività che fa solo toelettatura per cani e gatti, che ogni tanto vende anche prodotti per l'igiene, che decide di investire in un sito eCommerce che vende solamente questi articoli per animali.

Questo è stato il primo errore del cliente, nel senso che vendendo servizi per un certo settore, pensava di essere capace di vendere prodotti online che riguardassero quel settore.

Esempio: se tu sei un toelettatore, non è detto che tu sappia come vendere uno shampoo o un balsamo per cani online. Anzi, probabilmente ci sono una quantità di cose che non sai.

Nessuno parte sapendo tutto di eCommerce, ci mancherebbe.

Ma il mondo online ha le sue regole e vanno rispettate.

Se possiedi un negozio ben avviato, non devi credere di essere un asso anche dell'eCommerce.



Vitakraft®



Nuovi VITA VEGGIES® SNACK 100% VEGETARIANI!



Innovativi, trendy e irresistibili. Snack per cani e gatti con sane verdure, senza cereali, senza zuccheri aggiunti, aromi e coloranti artificiali. L'appetitosa alternativa agli snack di carne, per una maggior varietà e per contribuire alla salvaguardia dell'ambiente.

STICK PER CANI

Deliziosi bastoncini per cani, ideali come premio o come fuori pasto, in due varianti: **patata dolce e carote** e **formaggio e patate**. Con le preziose proteine del formaggio e il salutare carotene da patate dolci e carote. Stick pretagliati per un facile porzionamento. La variante alla patata dolce è anche ipoallergenica e 100% vegana.



Come nostri i famosi Beef Stick®, anche i Vita Veggies® sono affumicati su legno di faggio, per un gusto ancora più irresistibile e un profumo ancora più appetitoso.



SNACK LIQUIDI PER GATTI

Snack cremosi con gustosi pezzetti di verdure, in due varianti: una con **carote e barbabietola**, l'altra con **formaggio e pomodori**. Ideali per tutti coloro che amano variare. Con preziosa taurina che favorisce la funzionalità cardiaca e la vista. Perfetti da leccare dalla bustina, da servire nella ciotola o come topping sopra l'alimento principale. Senza conservanti.



VITAKRAFT. CON AMORE



VITAKRAFT.IT

PASSO N.2 PER FALLIRE: FARSI BELLI AGLI OCCHI DEGLI ALTRI INVECE DI ESSERE CONCRETI E REALISTI

Questo cliente arriva a contattarmi tramite una persona che gravita attorno al mondo delle startup. Nel momento in cui entra in contatto con me e si presenta, mi faccio raccontare della sua attività, di cosa vuole fare, di quali obiettivi ha. Mi presenta tutto il suo team stellare, che di solito hanno solo startup ben avviate, non certo il piccolo imprenditore italiano che si presenta da solo o al massimo con un collaboratore o la moglie/marito.

Il legale. Una persona con un avvocato, che gli cura tutti gli aspetti critici legati alle questioni burocratiche e legali dell'eCommerce. Questa cosa mi piace, cominciamo bene. Questo è un aspetto molto trascurato quando un piccolo imprenditore affronta un progetto online e lì per lì sono rimasto piacevolmente sorpreso.

Il socio giovane. Nel team c'è il suo socio, una persona giovane, che parla il linguaggio dei giovanissimi. Social, Instagram, TikTok... sembra ferrato se non sullo strumento, quantomeno sul linguaggio dei ragazzi. Un ventenne ne sa sicuramente più di me, che ho 37 anni, su come i giovani e i giovanissimi comunicano tra loro. Ottimo punto per loro.

L'esperto di numeri, startup, bandi e concorsi. Wow, qui mi hanno davvero conquistato. Io so quanto siano importanti i numeri. Un imprenditore che sa controllare, leggere, interpretare i numeri e tenere sott'occhio i KPI è un imprenditore con maggiori chance di successo. Questo era un grande punto a loro favore.

Il fondatore esperto del prodotto. Aveva militato per anni con un negozio su strada nel settore e ne sapeva davvero tanto sui prodotti, o almeno mi sembrava.

Sembravano un gran bel team, fatto di professionisti d'esperienza. Ero entusiasta.

Inoltre avevano il budget per provarci. Cavoli, questa parte non si trova davvero sempre. L'intenzione era di investire più di 200.000 euro il primo anno, soldi presi da un bando importante, in aggiunta ai 60.000 circa che il fondatore aveva messo di tasca sua.

Ma in realtà, tutto questo era solo un sogno che si stava tramutando in una sorta di incubo.

Sì, perché dopo le prime settimane a lavorare al sito, entriamo un po' in confidenza. Aggiorno spesso il cliente, quasi tutti i giorni, finiamo per sentirci al telefono almeno un'ora o due al giorno per qualsiasi cosa. Insomma, un rapporto professionale stretto e continuo.

Parlando, comincio a capire che non è proprio tutto così bello come mi avevano descritto. Anzi.

A partire dal legale, che mi faceva delle domande assurde sulla GDPR, sulla cookie policy, sulla privacy. Tematiche che non sono il mio campo, ma che in più di tredici anni di esperienza ormai mastico non dico come un avvocato... ma qualcosa ci capisco.

E si vedeva che lui non ci capiva niente. Che era la prima volta che si occupava di qualsiasi cosa che fosse online, figuriamoci in modo specifico di un negozio online.

Io mi chiedevo come mai il cliente si fosse affidato a un legale così inesperto del tema. Poi ho scoperto che "erano amici da tempo". Un bruttissimo segnale, quello di scegliere i collaboratori perché pensi, lì per lì, di risparmiare. La cosa per me era un primo indizio. Speravo di non trovarne altri. Come diceva Agatha Christie "Un indizio è un indizio, due indizi sono una coincidenza, ma tre indizi fanno una prova". Eravamo solo al primo, dai. Purtroppo però gli indizi non finirono qui.

PASSO N.3 PER FALLIRE: METTERSI NELLE MANI DI PERSONE SBAGLIATE

Il cliente si era proprio messo nelle mani di una persona sbagliata, che millantava conoscenze, sapienza ed esperienza, quando in realtà era solo uno che parlava tanto e concludeva poco.

L'esperto di numeri, di business plan, che aveva avuto a che fare con startup tecnologiche, aveva convinto il cliente che ci fosse un mercato per i suoi prodotti.

Aveva infatti realizzato quella che lui chiamava "analisi di mercato". Ma in realtà tutto quello che aveva fatto era stato prendere il report automatico di un software che serve per la SEO, i motori di ricerca.



IDC® POWERHARNES

JULIUS-K9®

Pettorina dall'ottima vestibilità con design specifico per ogni taglia, semplice da indossare. Con resistente maniglia sul dorso e dettagli catarifrangenti. Materiali resistenti ma leggeri, certificati OEKO-TEX®, made in Europe.



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



• Distributore esclusivo •

 Record - Rinaldo Franco Spa

 record_rinaldo_franco

www.recordit.com

Aveva cercato alcune parole chiave (keyword) sul settore indicando quante ricerche ci fossero al mese per quelle parole. Dalla sua analisi erano risultate decine, se non centinaia di migliaia di ricerche ogni mese su quell'argomento. Come conseguenza a questi dati, sia il cliente, che il consulente, che tutte le persone che ruotavano attorno al progetto, pensavano di aver trovato una miniera d'oro: decine, se non centinaia di migliaia di keyword da "aggreire" per poter vendere i loro prodotti.

E loro me l'hanno raccontata come una cosa certa, una cosa garantita. Quello che scoprii io quando feci la mia analisi, mi lasciò invece sconcertato.

Siccome dovevo iniziare a fare le campagne marketing, ho iniziato a studiare il settore, la concorrenza e i volumi di ricerca mensili su Google. Avrei dovuto trovare conferma di questa mole di dati e saremmo stati tutti contenti.

In effetti la mole di dati c'era ma questo consulente, che si spacciava per chissà quale esperto, aveva commesso un errore mortale per il progetto del cliente.

Aveva dato per scontato che tutte quelle ricerche venissero fatte (su Google, ndr) da persone che cercavano quei prodotti, al fine di acquistarli.

Io invece feci un'analisi più precisa, andai a controllare ogni piccolo dettaglio e scoprii un "dettaglio" fondamentale: le persone cercavano quelle parole chiave per informarsi, non per comprare.



PASSO N.4 PER FALLIRE: NON FARE UN'ANALISI CORRETTA

Il cliente, il fondatore, aveva avuto la malsana idea di "seguire un trend" che in realtà non era nemmeno più un trend, era una moda di alcuni anni prima.

Ma decise, anche forte dell'analisi del consulente, che era il momento di prendere l'iniziativa e partire.

Ma cosa avevano fatto di così sbagliato il consulente e di conseguenza anche l'imprenditore?

Semplicemente avevano visto che c'erano molte ricerche e, come detto prima, avevano dato per scontato che le persone che cercavano il loro prodotto volessero acquistare.

Secondo la mia analisi, scoprii invece che non esisteva alcun traffico transazionale per quelle ricerche.

Ma cosa significa "traffico transazionale"?

Per "traffico" si intende la quantità di persone che cerca qualcosa, clicca e finisce sul tuo sito.

Il traffico si divide in quattro tipologie:

- Traffico informativo: l'utente vuole trovare una risposta a una domanda specifica.
- Traffico navigazionale: l'utente vuole trovare una pagina o un sito specifici.
- Traffico commerciale: l'utente vuole analizzare brand o servizi.
- Traffico transazionale: l'utente vuole completare un'azione (conversione).

Per un sito eCommerce il traffico migliore derivante dalle ricerche è ovviamente quello transazionale. Si tratta di persone che cercano e poi comprano un prodotto o un servizio. Subito dopo c'è il traffico commerciale, molto vicino al transazionale ma meno diretto nella conversione. E così via, navigazionale e informativo.

Il consulente aveva sì trovato molto traffico, ma tutto informativo o navigazionale (verso siti di concorrenti).

Un disastro. Nemmeno una ricerca transazionale. E avevano investito decine di migliaia di euro per scavare un buco in una miniera di nulla, senza valore.



Il nuovo sito di **Mister Pet** è online!



Vi aspettiamo!



La cosa eclatante, che a ripensarci mi lascia ancora sgomento, è che prima di iniziare io gliel'ho fatto presente. Ho spiegato esattamente la situazione.

La reazione del consulente è stata (cito testualmente):

“Facciamo comunque un test di un mese. Voglio validare la mia idea di mercato”.

Inutili le mie obiezioni:

- il budget di 2.000 euro non è sufficiente per fare un test significativo per il vostro settore;
- il tempo è troppo breve per fare un test che abbia un senso, un mese non basta;
- il traffico informazionale potrebbe portare clienti (e di solito con il tempo ci riesce), ma non sappiamo di quanto tempo ci sia bisogno per trasformarli da utenti che cercano informazioni a clienti paganti. Potrebbero volerci settimane, mesi.

Inutile dire che tutto ciò si stava trasformando in un disastro annunciato, ma il cliente aveva investito troppo per capire che era il momento di mollare e ammettere l'errore.

Dal canto mio non me la sentivo di abbandonarli. Li aiutai. E per massimizzare le chance, mi avvalsi della collaborazione di un super esperto in Google Ads. Realizzammo delle campagne perfette dal punto di vista tecnico.

PASSO N.5 PER FALLIRE: NON AVERE IL BUDGET (O PENSARE DI AVERLO)

Nel frattempo uno dei soci litigò con il fondatore, abbandonando il progetto. Era il socio giovane, quello che doveva occuparsi di creare contenuti per il blog e per i social. Un tassello che poteva dare molto al progetto.

Per di più, il cliente che fino a quel momento aveva dato per scontato di avere in mano quelle centinaia di migliaia di euro del bando, in realtà non riuscì poi a ottenere quei soldi.

Si trovava ad aver investito molto di tasca sua, a non avere i fondi per un progetto a lungo periodo e con il prodotto sbagliato.

PASSO N.6 PER FALLIRE: SPENDERE TUTTO NEL PRODOTTO CHE SOLO TU PENSI SIA VALIDO, MA IL MERCATO NO

Questo è stato l'errore più grave di tutti. Sbagliare il prodotto. Spesso errori tecnici o di budget basso si possono in qualche modo mettere a posto.

Ma se hai il prodotto totalmente sbagliato che nessuno vuole, è davvero un grandissimo problema.

C'è una cosa che in questi anni ho notato: tutti gli esperti di marketing, i guru, i professionisti, le agenzie che hanno ottenuto ottimi risultati avevano una sola cosa sempre in comune: hanno azzeccato il prodotto.

A volte si tratta di fortuna, a volte di analisi ben fatte, ma ogni progetto ben riuscito ha alla base, sempre, un prodotto che il mercato vuole.

Sembrerà anche una banalità, ma questo mio cliente, così come molti altri imprenditori, si è innamorato di un'idea, pensando di aver avuto l'idea del secolo. La triste realtà è che non è mai così.

Tutti, almeno una volta nella vita hanno sbagliato, avviando e spendendo soldi in progetti che si sono poi rivelati un fallimento.

Se tu prendi anche il più grande esperto di marketing al mondo, come minimo ha bruciato deci-





**FRANCESCO
CARUCCIO**

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

ne, se non centinaia o milioni di euro in progetti che hanno miseramente fallito.

Non è una colpa fallire. Ho una mentalità all'americana, dove il fallimento è normale da un certo punto vista, forse inevitabile se vuoi crescere.

Ma non è uno scherzo, non è una passeggiata. Spendere tutti i soldi in prodotti, senza sapere se il mercato li vuole, è una cosa sbagliata. Non devi investire in progetti che devono andare bene per forza. Se il tuo progetto ti mette nelle condizioni che o funziona o da domattina non mangi e non paghi le bollette e i collaboratori, non devi procedere a tutti i costi.

Nel marketing si dice che la cosa più importante in una qualsiasi attività imprenditoriale, cioè quando si vende qualcosa a qualcuno, è "avere la folla affamata".

Significa che ci dev'essere mercato.

La gente deve volere quel prodotto.

Perché il marketing non crea il desiderio. Lo amplifica solamente.

CONCLUSIONI

Ho dipinto un quadro terribile del progetto del mio (ex) cliente. In realtà è meno oscuro di quanto possa sembrare, ma è stata durissima.

Per il momento, ho cercato di mettere il cliente nelle migliori condizioni possibili, cercando di raddrizzare un progetto nato storto.

Abbiamo fatto di tutto. Senza più un budget adeguato per le campagne online, abbiamo iniziato a vendere i prodotti tra le persone che il fondatore conosceva. Abbiamo realizzato delle lettere di referral, per portare altri clienti. Abbiamo preso testimonianze video.

E le cose hanno iniziato a girare. Abbiamo iniziato a vendere grazie alla fiducia (e alla qualità dei prodotti... su quello il fondatore ci aveva azzeccato).

Abbiamo fatto dei webinar, rivolgendoci al settore B2B per vendere i prodotti ai negozi.

Qualche decina di euro, poi qualche centinaio. Il progetto ha iniziato a girare. Pian piano, con grandissime, enormi difficoltà. Ho messo il cliente in condizione di capire dove avesse sbagliato, dove focalizzarsi e concentrarsi per cercare di ottenere il risultato minimo, quello di vendere tutti i prodotti che ormai aveva già comprato (parliamo di decine di migliaia di euro di merce).

Gli ho dato gli strumenti, ho investito molto, moltissimo tempo (molto più del valore per cui mi pagava, ma l'ho fatto volentieri).

Ho deciso di metterlo in condizione di riuscire ad avviare l'attività e di tornare da me, quando e se avesse avuto successo. Non mi

sentivo a posto nel fargli pagare le mie parcelle. Ho preferito dargli gli strumenti per farcela, per poi chissà, rivederci in futuro in condizioni migliori, quando davvero avrebbe avuto il denaro necessario per approcciare seriamente un progetto eCommerce.

Fai il contrario di ciò che ha fatto questo cliente e ridurrai sensibilmente le possibilità di fallire.

Spero, dopotutto, di non averti spaventato troppo.

E ricorda: ogni caso è a sé.

Non tutti necessitano di budget di centinaia di migliaia di euro per funzionare.

Con la paura, nessuno sarebbe imprenditore. Ci vuole anche un po' di coraggio.

Anzi, tanto coraggio.

Per un sito eCommerce il traffico migliore derivante dalle ricerche è ovviamente quello transazionale: si tratta di persone che cercano e poi comprano un prodotto o un servizio



LA COMODITÀ VA A BRACCETTO CON LA PRODUTTIVITÀ:

più sei comodo, più la produttività coincide con l'efficienza

EMILIO GERBONI

Spesso sei produttivo nonostante la scomodità e il caos dei rapporti tra titolari e dipendenti, magari coprendo le falle degli altri e controllando il loro operato oppure occupandoti di mansioni che non ti spettano

Se immagini una band musicale affiatata o un'orchestra, sai bene che ognuno ha un ruolo definito dallo strumento che suona e una partitura specifica da eseguire. Inoltre ci deve essere sintonia tra i vari membri, che non solo si devono fidare l'uno dell'altro ma devono capirsi al volo.

Tutto ciò è particolarmente evidente nell'improvvisazione, dove il canovaccio è ancora più libero e flessibile, nonché apparentemente imprevedibile.

All'osservatore esterno sembrerà una specie di magia.

CREA QUESTA MAGIA NELLA TUA ATTIVITÀ

Il team building spesso viene confuso con quella tipologia di formazione che serve a fare gite, strampalate o meno, per condividere avventure che avvicinino umanamente i membri del team.

E una volta tornati a casa, 'nemici' come prima.

A parte le battute, tutto questo in parte è vero.

Il team building è prima di tutto un'attività continuativa, che va "coltivata" costantemente, proprio come la pulizia del tuo negozio, la gestione e vendita dei prodotti o la contabilità.



Invece molte volte viene addirittura data per scontata.

Ci si dovrebbe capire senza parlare, senza alcuna forma di addestramento e condivisione, perché *'è così ovvio che le cose vadano fatte in un certo modo'*, che guarda caso è proprio il modo che pensi tu. Premetto che il team building parte dalla selezione accurata del personale, che segue la regola della lentezza e che dovrebbe avvenire in tempi non sospetti, ovvero fuori dall'urgenza di coprire posizioni, senza le quali ti trovi decisamente in difficoltà.

La fase formativa dovrebbe includere l'attività di trasferimento della cultura o filosofia aziendale, la coordinazione tra le diverse mansioni di ognuno, lo sviluppo delle procedure di comunicazione tra i diversi membri del team, manovre di supporto prestabilite in casi specifici e molto altro.

Ma il team building non riguarda solo il team in senso stretto.

Riguarda anche il rapporto con i fornitori, i clienti e addirittura i competitor.

Per ottenere questo risultato ci vuole la consapevolezza condivisa di appartenere allo stesso organismo, allo stesso ecosistema, come gli organi di un essere umano lavorano insieme in perfetta armonia (quando funzionano), senza che tu li debba motivare.

In realtà i sintomi di malfunzionamento sono proprio le spie della necessità di intervenire sul team building, che rappresenta un meta-livello dell'attività produttiva, come il *time out* nello sport.

L'IMPORTANZA DELLA FIDUCIA

Il sintomo positivo di un ottimo team building sarà il livello di fiducia reciproca.

La fiducia, come definita nel dizionario di psicologia Garzanti, riguarda due livelli da monitorare separatamente: le intenzioni e le competenze.

Troppo spesso si finisce per fare il processo alle intenzioni, anche quando sono in realtà le competenze ad essere carenti.

Se avrai fiducia nelle intenzioni dei tuoi collaboratori, dei fornitori e dei clienti sarai molto più sereno, non credi?

Ancora di più se li reputi anche competenti.

Se credi che i tuoi clienti vengano da te solo per avere prezzi più bassi e cercare di 'fregarti' e alla prima opportunità abbandonarti, che tipo di rapporto pensi di instaurare con loro?

Io dico rigido e demotivato.

Magari semplicemente non hanno le competenze/conoscenze per capire il valore di quello che offri, se offri veramente qualcosa di valore per loro.

Invece di sviluppare sfiducia nei loro confronti, chiediti quali tuoi atteggiamenti attraggono persone di questo tipo, se proprio lo sono, oppure contribuiscono ad attivare determinati comportamenti sconvenienti per te nelle persone.

Questo discorso vale per tutti i membri dell'organismo: dai collaboratori ai potenziali clienti. Inizia a pensare che sei tu che devi abbattere la loro diffidenza, non il contrario.

Parti da te e dalla fiducia che gli altri possono riporre in te.

È da qui che nasce la vera leadership.

QUATTRO ASPETTI DA CURARE PER SVILUPPARE UN FORMIDABILE TEAM BUILDING

1. Definisci la tua visione aziendale tenendo conto delle persone oltre a te

Mi rendo conto che si parla tanto di vision e mission, ma nella maggior parte dei casi sono solo paroloni che producono materiale sconnesso dalla realtà, creando una facciata fasulla.

Il team building è prima di tutto un'attività continuativa, che va "coltivata" costantemente, proprio come la pulizia del tuo negozio, la gestione e vendita dei prodotti o la contabilità





Sempre meglio che niente comunque. Nelle piccole attività, poi, parlare di queste cose potrebbe sembrare non avere senso.

Ma se pensi che ogni persona dovrebbe avere la sua vision, anche se vuole stare per i fatti suoi (cosa che di fatto rappresenta la sua vision, cioè in che modo vivere per i fatti suoi), allora capisci che non puoi proprio farne a meno. Una visione c'è sempre, ma se non è consapevole, sarà inconscia e ti controllerà.

L'aspetto che voglio sottolineare è quello di inserire nella propria visione delle persone 'reali', degli esseri umani e non fare i conti senza l'oste.

Questo richiede conoscere bene le per-

sone e saperle apprezzare e comprendere rispetto al contesto nel quale sono inserite.

Se hai bisogno di alcuni superman, devi sapere cosa vogliono i superman, qual è il loro habitat.

Tu sei il direttore d'orchestra. Tu sei il capitano della ciurma che conosce i suoi pirati e li conduce verso il tesoro.

Se non inserirai le persone nella tua visione, ti muoverai come un cieco che cerca di mettere i pezzi sbagliati nel suo ingranaggio, insistendo senza sosta.

2. Empatizza con le persone nel loro effettivo campo di azione

Le attività sono ancora fatte di persone.

Empatizzare significa comprendere senza pretendere e senza dover sopportare.

Significa cogliere l'incastro e l'affinità reale che c'è tra le persone senza forzarla.

Un mio cliente mi raccontava di come aveva provato a comprendere la posizione della consulente di banca che gli aveva creato un danno, facendo un errore. I poli della logica di pensiero talvolta sembrano essere solo quelli del "sopporto" oppure "mi arrabbio" perché *'non mi interessa il motivo per cui c'è stato l'errore, devi rimediare tu oppure ti sbrano'*.

Ma la terza via esiste sempre ed è necessario trovarla.

Per capire le persone ed empatizzare, fondamentale è sempre la lettura del contesto specifico e nella specifica fase di vita del contesto in questione.

Perché le persone non sono in un modo solo: ogni contesto mette le persone in condizione di esprimere alcune cose di sé.

Le attività sono ancora fatte di persone. Empatizzare significa comprendere senza pretendere e senza dover sopportare. Significa cogliere l'incastro e l'affinità reale che c'è tra le persone senza forzarla

3. Diventa un communication planner

È necessario conoscere bene tutti gli aspetti della comunicazione per poter organizzare delle procedure e dei codici di comunicazione condivisi.

Ovviamente il piano di comunicazione dovrà essere in linea con la cultura aziendale e la visione che essa rappresenta.

Sicuramente per un vero team building e una comunicazione efficace un fattore cruciale è il



livello di accoglienza e di apertura della comunicazione.

Mettere a proprio agio le persone nel comunicare le peggiori cose, senza che i soggetti vengano sbranati liberando i mastini: solo questo genera la trasparenza necessaria, che deve essere bilaterale.

Persone in posizione difensiva che terranno le cose per sé, saranno senza dubbio più scorordinate e commetteranno molti più errori.



Punire non è mai stato un buon metodo per fare team building.

Sicuramente condividere le regole che guidano la condotta comunicativa in modo trasparente e coerente è un primo passo per affinare nel tempo le specifiche caratteristiche del tuo mondo lavorativo.

Non sottovalutare la logistica della comunicazione, gli strumenti utilizzati e il flusso delle informazioni perché se non è ben predisposto creerà esso stesso dei fraintendimenti e dei problemi che mineranno il rapporto tra le persone.

4. Appoggiati a un consulente esterno che si occupi di coordinare la comunicazione e fare team building

Un consulente esterno, dotato di competenza e soprattutto di uno sguardo imparziale e distaccato, non coinvolto come quello di chi ci lavora, sarà senz'altro meno cieco alle problematiche che richiedono attenzione.

Inoltre sarà forse l'unico modo di ottenere quell'imparzialità necessaria per coordinare un team. Un po' come l'arbitro di calcio non appartiene a nessuno delle due squadre e un allenatore non è uno dei giocatori.

Un errore comune è sovrapporre dei ruoli incompatibili.

Avrai visto in qualche film la tecnica del poliziotto buono e del poliziotto cattivo.

Secondo te sarebbe possibile che un solo poliziotto svolgesse entrambi i ruoli?

Sarebbe alquanto improbabile e probabilmente verrebbe valutato come squilibrato, squalificando la strategia messa in atto per ottenere informazioni dall'indagato.

L'investimento richiesto per un consulente esterno verrebbe sicuramente ripagato, basterà farti i conti di quanto perdi non assumendolo, non solo in termini di tempo e denaro, ma anche di salute mentale e fisica.



**EMILIO
GERBONI**

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

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

IL CASSETTO FISCALE

Tutto quello che è necessario sapere per accedere e navigare all'interno del tuo Cassetto Fiscale

Cos'è il Cassetto Fiscale

Il Cassetto Fiscale è un'area riservata del sito dell'Agenzia delle Entrate dove sono archiviate e disponibili informazioni quali le dichiarazioni dei redditi inviate, lo stato dei rimborsi richiesti, gli immobili di proprietà, gli avvisi di accertamento ricevuti e molto altro.

In pratica si tratta di un archivio virtuale delle tue informazioni fiscali messo a disposizione dall'Agenzia delle Entrate nel suo sito istituzionale. Il servizio è gratuito e accessibile dalla home page dell'area riservata.

Funzioni e servizi disponibili

Ecco le principali funzioni e i servizi disponibili all'interno del cassetto fiscale:

- **Modello 730 precompilato:** se sei un privato (no professionista/impresa/società) e non hai un commercialista di fiducia, nella tua area riservata potrai accedere alla tua dichiarazione pre-compilata dall'Agenzia.
- **Fatture elettroniche:** se hai l'obbligo di fatturazione elettronica l'area riservata ti consentirà di accedere a fatture e corrispettivi, consentendo di predisporre e inviare gratuitamente le fatture elettroniche attraverso il software dell'Agenzia.
- **Comunicazioni di irregolarità:** se ricevi una comunicazione di irregolarità da parte dell'Agenzia e ritieni che non siano dovute le somme richieste puoi presentare le tue motivazioni all'Agenzia attraverso un modulo di assistenza.
- **Rimborsi:** avere una propria area riservata è l'unico modo per poter comunicare all'Agenzia delle Entrate il proprio IBAN in caso di rimborso dal Modello 730 e controllare lo stato di avanzamento della richiesta.
- **Assistenza fiscale:** se hai bisogno di assistenza in materia fiscale, attraverso la tua area riservata potrai scrivere un messaggio all'Agenzia per ottenere chiarimenti e informazioni.

Come accedere al cassetto fiscale

Dal 1 ottobre 2021 per i privati (non titolari di partita Iva) è possibile accedere al proprio cassetto fiscale, attraverso l'Area riservata, solo con le credenziali Spid (Sistema pubblico di identità digitale), Cie (Carta di identità elettronica) o Cns (Carta nazionale dei servizi). Al contrario, i professionisti e gli imprenditori possono ancora accedere utilizzando le credenziali rilasciate dall'Agenzia.

L'accesso al cassetto fiscale delle società (snc, sas, srl, sapa e spa) può avvenire invece solo attraverso le credenziali di un gestore incaricato, amministratore/legale rappresentante della società o terzo da questo incaricato, il quale dovrà poi scegliere di operare per conto della società stessa.

Le diverse modalità di accesso

- **Persona fisica non titolare di partita Iva.**

Step 1. Accedi al sito Agenzia delle Entrate – Home > Area riservata > Accedi alla nuova area riservata.



Effettuato l'accesso alla tua area riservata, tra i Servizi più richiesti troverai indicato il Cassetto fiscale. Per accedervi sarà sufficiente cliccare sul link corrispondente. Step 2. Nel menù di sinistra troverai tutte le funzionalità messe a disposizione dall'Agenzia: Anagrafica, Dichiarazioni fiscali, ISA, Crediti Iva/ Agevolazioni utilizzabili, Comunicazioni, Rimborsi, Versamenti, Dati del Registro. Un'ultima importante funzione è 'L'Agenzia scrive'. In questa sezione è possibile consultare, se emesse dall'A-



genzia delle Entrate nell'ambito degli specifici processi operativi, eventuali comunicazioni di irregolarità, anomalie nel versamento dell'Iva periodica e altri.

- **Imprenditore e libero professionista.**

Le modalità di accesso e di consultazione del cassetto fiscale non cambiano per l'imprenditore e il libero professionista titolare di partita Iva rispetto al privato cittadino. Potrai quindi seguire i passaggi sopra descritti per accedere alle varie sezioni.

- **Società.**

Come premesso l'accesso al cassetto fiscale della società deve avvenire attraverso il profilo dell'amministratore/rappresentante legale o altro soggetto da questo precedentemente nominato gestore incaricato, che dovrà essere già in possesso delle proprie credenziali (se titolare di partita Iva), oppure Spid, CIE o carta dei servizi (sia che sia titolare di partita Iva che non).

Il rappresentante legale può nominare fino a un massimo di quattro 'gestori incaricati' attraverso la funzionalità "Gestisci incaricati come rappresentante legale" presente all'interno dell'area riservata, nella sezione "Profilo utente".

Cosa fare in caso di mancata consegna del PIN o problemi di accesso

Come in ogni procedura ci possono essere degli intoppi. Ecco i tre casi più comuni.

- **Mancata consegna della lettera con la seconda parte del codice PIN** in caso di richiesta delle credenziali da parte del privato cittadino (non titolare di partita Iva). In questo caso devi recarti personalmente all'Ufficio dell'Agenzia delle Entrate e richiedere la seconda parte del PIN.

- **Indicazione di dati errati.** Se nella procedura di registrazione indichi un dato sbagliato l'Agenzia delle Entrate non invierà la seconda parte del PIN. In questo caso puoi inviare una nuova richiesta online o recarti personalmente all'Ufficio dell'Agenzia delle Entrate.

- **Problemi di accesso in caso di cambio password** (in caso di accesso con le credenziali rilasciate dall'Agenzia e non con Spid, CIE o Carta Nazionale dei Servizi). Quando cambi la password (dopo il primo accesso o successivamente) e cerchi di rientrare nella tua area riservata, il sistema spesso non la riconosce e fa comparire diversi messaggi di errore. In questi casi l'unica soluzione è chiudere il browser e aspettare qualche minuto oppure avviare la procedura di smarrimento password, che è molto veloce e ti permette di rientrare immediatamente.



NOTIZIE BREVI

CANILI LAGER, LA PETIZIONE ONLINE DI CAVE CANEM

Anche tu e i tuoi clienti potete fare qualcosa per contrastare il business legato ai canili rifugio. La Fondazione CAVE CANEM ha promosso una petizione per impedire l'aggiudicazione di bandi al ribasso d'asta e la deportazione di cani nei "canili lager". L'iniziativa, che ha già raccolto migliaia di firme, è stata lanciata sul sito della fondazione. "Questo risultato è degno di nota" sottolinea Federica Faiella, vicepresidente della Fondazione "e ci permetterà di fare pressione sulle Amministrazioni Comunali affinché ritirino in autotutela bandi aggiudicati al ribasso d'asta e assegnino il servizio di gestione e accudimento di animali abbandonati a strutture idonee, anche bloccando i trasferimenti di cani verso canili lager". Per sottoscrivere la petizione è sufficiente collegarsi al sito internet della Fondazione. L'iniziativa nasce nell'ambito del programma #nessunoescluso per convertire tutti i canili in luoghi di transito per gli animali ospitati e centri di interesse per la collettività.

Info: fondazionecavecanem.org



LUCIANO DI TIZIO È IL NUOVO PRESIDENTE DEL WWF ITALIA

Il Consiglio Nazionale del WWF ha nominato presidente l'ex vicepresidente Luciano Di Tizio. Una notizia che ci fa molto piacere, Luciano è infatti da tanti anni valido e ottimo collaboratore di Zampotta Pet Business. Laureato in filosofia, dopo un'esperienza in campo scolastico ha operato per molti anni come giornalista professionista e si è sempre occupato di ambiente con numerose pubblicazioni scientifiche e divulgative sulla piccola fauna. Socio WWF dal 1992 e guardia volontaria ittico-ambientale, è stato Delegato del WWF Abruzzo per 7 anni ed è vice presidente della Societas Herpetologica Italica. Di Tizio ha accettato l'incarico e ha commentato: "Alla presidente uscente Daniela Ducato va un grazie sentito. Le sue idee e la sua esperienza rimarranno di ispirazione per tutto il Consiglio Nazionale nel lavoro che ci aspetta. Sia a livello nazionale che internazionale viviamo un momento difficile in cui le emergenze ambientali sulle quali il WWF lavora da decenni stanno condizionando il nostro presente e il nostro benessere. Gli effetti del cambiamento climatico, dal caldo intenso alla siccità, ne sono solo gli esempi più vicini nel tempo, così come l'emorragia di biodiversità cui bisogna al più presto porre un argine. Tutelare la biodiversità, ridurre le emissioni, restituire spazio alla natura, contribuire alla conversione in senso sostenibile delle attività economiche, informare e sensibilizzare le persone su stili di vita più responsabili, sono i mattoni fondamentali sui quali costruire una società più sostenibile e inclusiva: ogni momento, ogni politica, ogni investimento, ogni decisione è importante per raggiungere questo risultato".

Info: www.wwf.it



NEI PANNI DI FIDO: IL ROAD SHOW PER CAPIRLI MEGLIO

Un'esperienza da suggerire ai tuoi clienti: trasformarsi in un felice cagnolone grazie alla realtà virtuale a 360° e alle riprese in 8k. È quanto promette "The PET experience", evento itinerante gratuito in programma nel mese di ottobre nelle principali città italiane, realizzato per la prima volta in Europa grazie al contributo di Zoodiaco, azienda specializzata con il marchio *Prolife* nella produzione di alimenti per il benessere di cani e gatti. The "PET experience" ha l'obiettivo di sensibilizzare il pubblico sulla conoscenza del proprio cane da un punto di vista etologico e comportamentale e di lanciare allo stesso tempo un messaggio di solidarietà, ponendo l'attenzione sulla possibilità di adozione presso canili, allevamenti e rifugi. Attraverso tecniche cinematografiche innovative (visione a 360°, realtà virtuale, 3D, visori Oculus), al visitatore verrà fatta vivere l'esperienza di mettersi nei panni di un cane e di osservare il mondo che lo circonda dal suo punto di vista, attraverso i suoi occhi. Queste le date del road show dopo l'anteprima nazionale l'1 e 2 ottobre al Quattrozampeinfiera di Milano e al Parco Pellerina di Torino: 15-16 ottobre a Treviso (Piazza Indipendenza), a Napoli (Via Partenope) e a Bari (Parco 2 Giugno); 22-23 ottobre a Bologna (Giardini Margherita) e a Roma (Villa Borghese); 29-30 ottobre al Parco Indro Montanelli di Milano.

Info: www.zoodiaco.com, www.prolife-pet.it



FINO ALL'8 MARZO IL CONCORSO SALUTE PASSO DOPO PASSO

Vuoi aiutare i tuoi clienti a imparare ogni settimana qualcosa di nuovo sui loro migliori amici, contribuendo al loro benessere quotidiano? Potranno farlo in modo divertente con il concorso di Royal Canin®, attivo fino all'8 marzo 2023. Per partecipare è sufficiente accedere o registrarsi al sito royalcaninconcorsi.it, scegliere il proprio giocatore a quattro zampe e dare il via alle domande e alle attività, per accumulare quanti più punti possibili, attraverso le seguenti modalità: Parlaci del tuo amico a quattro zampe; Quiz a tempo, ogni settimana 3 domande con curiosità e aneddoti da scoprire; Registrazione acquisti, caricando gli scontrini relativi ai propri acquisti Royal Canin®; Invita un amico, per accumulare entrambi punti extra; Condividilo sui social; Seguici sui social. Ogni mese i primi 3 classificati per categoria riceveranno subito un premio. In palio 30 EasyVoucher "Pet", da utilizzare per l'assicurazione sanitaria, una visita del veterinario o un servizio tolettatura. I partecipanti più bravi potranno competere per la super classifica finale e aggiudicarsi maxi forniture di alimenti Royal Canin®.

Info: royalcaninconcorsi.it



NOVITÀ

Alimenti dietetici Monoproteici
per il benessere dell'Apparato
Urinario dei gatti

Nuovi Pack
in Plastica
100%
Riciclabile



Linea dietetica monoproteica specifica per il
supporto nutrizionale di ogni singola patologia

Get Social
www.exclusion.it

Exclusion[®]
Monoprotein Veterinary Diet Formula

La forza di una linea completa

Tra novità e restyling, *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* si pone come obiettivo il benessere di tutti i gatti affetti dalle più comuni patologie



Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula è una linea con formulazione monoproteica che propone alimenti dietetici realizzati con fonti alternative di proteine, ingredienti innovativi, privi di glutine e preservati con tocoferoli naturali.

Le tre ricette più recenti (*Urinary, Renal fase I e Renal fase II*), vere e proprie novità per quanto riguarda la linea gatto, sono state formulate secondo la filosofia nutrizionale che accomuna tutta la linea *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula*, mentre le referenze *Hypoallergenic* e *Intestinal* sono state oggetto di restyling.

Si tratta di una gamma che incontra e soddisfa le richieste sia del veterinario che del tuo cliente, anche il più esigente, offrendo tutto il supporto nutrizionale necessario ai soggetti più sensibili e delicati.



Tutti gli alimenti sono 100% monoproteici, con una sola fonte proteica animale sempre disidratata per ridurre al minimo il rischio di intolleranze alimentari e per limitare l'esposizione a troppe fonti proteiche contemporaneamente, pur garantendo un corretto apporto di nutrienti. Le formulazioni prevedono l'utilizzo di ingredienti animali disidratati perché, a parità di peso, apportano un valore proteico circa quattro volte superiore rispetto agli stessi ingredienti freschi.

La linea *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* è formulata e prodotta in Italia, dunque è sinonimo di qualità e cura e tutte le ricette sono appositamente studiate per garantire al Medico Veterinario un prezioso supporto nutrizionale nel trattamento delle patologie specifiche (Veterinary Clinical Nutrition).

Il numero di ingredienti è volutamente limitato per ridurre i rischi di RAC (reazioni avverse al cibo) anche in soggetti non intolleranti o allergici ma debilitati e sensibilizzati da altre patologie: tutte le ricette sono dunque Limited Ingredient Formula. Gli alimenti della linea sono inoltre conservati con antiossidanti naturali, i tocoferoli, che consentono di proteggere le crocchette dal danno ossidativo, senza immettere nell'organismo componenti chimici o sintetici (Natural Preservation).

Infine, non meno importante, tutta la linea *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* è Cruelty Free, scelta etica dell'azienda, perché produrre un alimento di qualità non deve implicare necessariamente la sperimentazione sugli animali.



Dorado®

DORADO SRL
tel. 042659140
fax 0426308158
www.exclusion.it
infoservice@exclusion.it



Ad ogni patologia... il proprio rimedio

Gli alimenti della linea *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* hanno caratteristiche comuni ma ogni ricetta ha delle particolarità specifiche ideali per il trattamento della singola patologia.

Ecco le formulazioni della gamma:

- *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Hypoallergenic - Maiale e Patate.*

Alimento dietetico monoproteico formulato per supportare dal punto di vista nutrizionale i gatti soggetti a intolleranze alimentari. È Grain Free e formulato con una sola fonte alternativa di proteine animali (solo maiale disidratato) e una sola fonte di carboidrati (patate). Realizzato con l'integrazione di acidi grassi Omega 3 per modulare l'infiammazione e con lo speciale Microbiome Plus, una miscela di FOS, MOS e GOS che promuove la salute intestinale, contiene beta-carotene, vitamina C e vitamina E per proteggere le cellule dai radicali liberi.



- *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Intestinal - Maiale e Riso.*

Alimento dietetico monoproteico specifico per gatti che soffrono di patologie gastrointestinali. Formulato con una sola fonte alternativa di proteine animali (solo maiale disidratato) e una sola fonte amidacea (il riso), è



THE STRENGTH OF A COMPLETE LINE

Between news and restyling, *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* aims at the well-being of all cats suffering from the most common diseases

Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula features a single-protein formula featuring dietary food with alternative protein sources, innovative ingredients free from gluten and preserved with natural tocopherols.

The most recent recipes (*Urinary, Renal step I and Renal step II*) are new with regard to cats' diet. They comply with the nutritional philosophy of all *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* line, while *Hypoallergenic* and *Intestinal* have been restyled.

The range meets the needs of both veterinarians and owners, even the most demanding ones, by offering the necessary nutritional support to sensitive and delicate pets.

All products are 100% single protein, with a dehydrated animal protein source to reduce the risk of intolerances and to limit the contemporary protein sources, still ensuring the right amount of nourishing substances. Formulas use dehydrated animal ingredients because, given the same weight, they provide a protein value four times higher than the same fresh ingredients.

Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula line is designed and developed in Italy, ensuring quality and care. All recipes are specifically suited to provide veterinarians with a precious nutritional support to treat specific diseases (Veterinary Clinical Nutrition).

The number of ingredients is deliberately limited to reduce the risk of AFR (adverse food reaction) in pets that are not intolerant or allergic, but still weak and sensitive due to other diseases. All recipes are guaranteed Limited Ingredient Formula. The food is preserved with tocopherols, natural antioxidants: they protect kibbles from oxidating stress, without introducing chemical or artificial components in the organism (Natural Preservation).

Last but not least, the whole *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* line is Cruelty Free: the company believes that manufacturing a quality food does not necessarily imply to test it on animals.

THE REMEDY...TO EVERY DISEASE

The products of *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula* line share common features, but each recipe has specific feature to treat a specific disease.

Here are the formulas of the range:

- *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Hypoallergenic - Pork and Potatoes.*

Single-protein dietary food developed to nutritionally support cats suffering from food intolerances. It is grain free and features only one source of animal proteins (dehydrated pork) and one source of carbohydrate (potatoes). It is supplemented with omega 3 fatty acids to modulate inflammation and with special Microbiome Plus: the mix of FOS, MOS and GOS promoting intestinal health. It also contains beta-carotene, vitamin C and vitamin E to protect cells from free radicals.





integrato con una miscela bilanciata di fibra solubile e insolubile, adatta a riequilibrare il transito intestinale, trattenendo l'acqua in eccesso. La formula è arricchita con il Microbiome Plus (FOS, MOS e GOS) per promuovere la salute intestinale e con acidi grassi Omega 3 per modulare il processo infiammatorio. È integrato inoltre con beta-carotene, vitamina C e vitamina E, che proteggono le cellule dai radicali liberi.

- *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Urinary - Maiale & Piselli e Riso.*

Nuovo alimento dietetico monoproteico, formulato per supportare nutrizionalmente i

gatti che soffrono di calcoli di struvite. È realizzato con una sola fonte alternativa di proteine animali (solo maiale disidratato) e due fonti amidacee (piselli e riso). La ricetta è creata per acidificare il pH urinario del gatto, in modo da favorire la dissoluzione dei calcoli di struvite e ridurre le recidive. La formula prevede una bassa concentrazione di magnesio ed è studiata per favorire la diluizione dell'urina, proprio per ridurre il rischio di formazione dei calcoli. Anche questa ricetta contiene la speciale miscela Microbiome Plus, composta da FOS, MOS e GOS.

- *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Renal Fase I e Renal Fase II - Maiale & Piselli e Riso.*

Tra le ultime novità della linea, è un alimento dietetico monoproteico formulato in due fasi per i gatti con insufficienza renale cronica o con calcoli da ossalati. Entrambe le ricette sono realizzate con una sola fonte alternativa di proteine animali (solo maiale disidratato) e due fonti amidacee (piselli e riso) e create con un moderato (fase I) o molto limitato (fase II) tenore proteico, ma di elevata qualità, in modo da alleviare il carico renale. Il contenuto di vitamina D è limitato per evitare che un suo eccesso favorisca l'assorbimento di calcio e quindi la formazione di calcoli di ossalato. La bassa concentrazione di fosforo e sodio supporta la funzionalità dei reni, mentre la speciale miscela Microbiome Plus (FOS, MOS e GOS) promuove la salute dell'intestino. (G.B.)



- *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Intestinal - Pork and Rice.*

Single protein dietary food for cats suffering from gastrointestinal diseases. It contains a single alternative sources of animal proteins (only dehydrated pork) and one source of starch (rice). It is supplement-ed with a balanced mix of soluble and insoluble fibre that balances the intestinal transit and keeps ex-ceeding water. The formula is supplement-ed with Microbiome Plus: the mix of FOS, MOS and GOS pro-moting intestinal health. It also contains beta-carotene, vitamin C and vitamin E to protect cells from free radicals.

- *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Urinary - Pork & Peas and Rice.*

The new single-protein dietary food supports cats suffering from struvite calculi. It contains one alterna-tive source of animal proteins (dehydrated pork) and two sources of starch (peas and rice). The recipes acidifies cats' urinary pH, in order to support the dissolution of struvite calculi and reduce relapse. The formula features a low concentration of magnesium and helps dilute urine, to reduce the risk of calculi formation. The recipe also contains the special Microbiome Plus mix with FOS, MOS and GOS.

- *Exclusion Monoprotein Veterinary Diet Formula Renal Step I and Renal Step II - Pork & Peas and Rice.*

Among the newest recipes: the dietary single-protein food features two formulas for cats with chronic renal insufficiency or with oxalate calculi. Both recipes feature a source of animal proteins (dehydrated pork) and two sources of starch (peas and rice). The protein intake is moderate (step I) or reduced (step II), still ensuring an elevated quality to ease renal load. Vitamin D is limited to avoid calcium absorption, thus lead to oxalate calculi. Low concentrations of phosphorus and sodium support renal functionality, while the special Microbiome Plus mix (FOS, MOS and GOS) promote the intestinal health.



Prestazioni sempre al top

Ecco *SaphirBasic*, la tosatrice entry-level di casa Heiniger, ideale nel mondo della toelettatura professionale



SaphirBasic, gioiello di Heiniger AG, è una tosatrice dalle massime prestazioni che risponde a tutte le esigenze di rumore, prestazioni, ergonomia e maneggevolezza, particolarmente adatta ai principianti con budget limitato. L'azienda, fondata a Herzogenbuchsee nel 1946 e gestita oggi dalla

Heiniger

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



terza generazione con Daniel Heiniger, è leader mondiale nella produzione di attrezzature per la tosatura degli animali, con prodotti venduti in circa 50 paesi, una sede in Svizzera, una nel Regno Unito e filiali in Australia e Nuova Zelanda. Nel 2008 Heiniger AG ha lanciato *Saphir*, la prima tosatrice per piccoli animali al mondo, alimentata da una batteria agli ioni di litio. Nel 2012 ha presentato i modelli *SaphirStyle* e *SaphirCord*, dotata di un cavo lungo 3 metri, molto potente e leggera. L'azienda ha poi ampliato ulteriormente la linea con la tosatrice *SaphirBasic*.

I punti di forza di *SaphirBasic*

- Efficacia. 16 diverse testine di tosatura per un perfetto risultato finale.
- Silenziosità e leggerezza. I professionisti dello style per cani, cavalli o mucche e i veterinari possono lavorare senza difficoltà.
- Batteria. La recente tecnologia agli ioni di litio garantisce una tosatura fino a 120 minuti.
- Ricarica. La batteria si ricarica completamente nel giro di un'ora circa.
- Ergonomia e maneggevolezza. *SaphirBasic* si adatta perfettamente alla mano, in modo da permettere al professionista di lavorare senza sforzo.
- Versatilità. *SaphirBasic* è ideale non solo per il manto di cani e gatti, ma anche di cavalli e bovini.
- Accessori: Il pacchetto completo include una batteria ricaricabile, una stazione di ricarica, un coltello standard numero 10 e utensili per la cura.
- Made in Switzerland. *SaphirBasic* è sviluppata e prodotta in Svizzera, seguendo la mission che da sempre distingue i prodotti dell'azienda. (A.P.)



ALWAYS TOP PERFORMANCE

SaphirBasic, the entry-level clipper by Heiniger, suited for professional grooming

SaphirBasic, jewel by Heiniger AG, is the clipper ensuring top performance. It complies with all the requirements in terms of noise, performances, ergonomics and handiness. The company was founded in Herzogenbuchsee in 1946 and it is currently run by the Daniel Heiniger (third generation). The company is world leader in manufacturing grooming equipment for pets and it exports its products to over 50 countries in the world, with headquarters in Switzerland, UK and branches in Australia and New Zealand.

In 2008 Heiniger AG launched *Saphir*, the first clipper for small pets in the world, powered by a lithium-ion battery. In 2012 the company presented *SaphirStyle* and *SaphirCord* models: the latter is equipped with a 3-metre long cord, very powerful and light. The company has further broadened its range with *SaphirBasic* clipper.

THE POINTS OF STRENGTH OF *SAPHIRBASIC*

- Effectiveness. 16 different clipping heads for the perfect final result.
- Silence and lightness. Groomers of dogs, horses or cows and veterinarians can work easily.
- Battery. The recent lithium-ion technology ensures up to 120-minute clipping.
- Recharge. It takes just one hour for a full battery recharge.
- Ergonomics and handling. *SaphirBasic* perfectly fits in the hand to help you work effortlessly.
- Versatility. *SaphirBasic* is suited not only for the coat of cats and dogs, but also for horses and bovines.
- Accessories: The complete package includes rechargeable battery, charging station, standard blade n.10 and care tools.
- Made in Switzerland. *SaphirBasic* is developed and manufactured in Switzerland, always respectful of the company's mission.

La scelta è servita

Puoi proporre al tuo cliente due differenti linee per modulare l'assortimento sulla base delle sue richieste



Nel tuo negozio i proprietari di conigli e roditori cercano risposte ben precise per soddisfare le esigenze alimentari dei loro piccoli mammiferi. Come equilibrare alimenti completi, fieni e snack? Come dosarli e in che proporzione? Fatti aiutare da *Pinny Pet*, il brand prodotto e distribuito da Pineta Zootecnici che si prende cura del benessere e della salute dei simpatici roditori e ti permette di modulare il tuo assortimento in base alle richieste dei clienti per raggiungere ottimi volumi di vendita con interessanti profitti. Come è possibile, ti starai chiedendo? *Pinny Pet* risponde alle richieste del tuo negozio con un'offerta sempre più articolata per i diversi target di clientela e con differenti linee di prodotto: la linea *Premium*, destinata a chi cerca un alimento formulato con ingredienti attentamente selezionati ma anche un ottimo rapporto qualità/prezzo, e la linea *Wild* per i clienti più esigenti.

Consiglia qualità e prezzo

Quello che caratterizza entrambe le linee è il moderno packaging in atmosfera protettiva, che offre informazioni dettagliate ed esauritive per il consumatore. Al proprietario pet che cerca una dieta quotidiana puoi proporre *Premium Menù* per conigli nani, alimento completo Grain Free e privo di zuccheri aggiunti, che garantisce un buon apporto di vitamine e minerali. A



base di carote, piselli e barbabietola, tutti ingredienti naturali di altissima qualità, è arricchito con fibre lunghe per soddisfare il fabbisogno nutrizionale, contribuire alla corretta abrasione dei denti e stimolare una corretta funzionalità intestinale.



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



Offri il top senza compromessi

Se il tuo cliente ricerca la massima qualità e salubrità, apprezzerà sicuramente la linea *Pinny Wild* di alimenti completi per conigli nani adulti in due diverse varietà - no OGM, Grain Free, senza coloranti, conservanti o altri additivi - che contengono ingredienti 100% naturali, selezionati in base ai loro effetti benefici. L'alto contenuto di fibre lunghe (più del 25%) presenti nel fieno alpino di primo taglio e nell'erba medica, assicura inoltre una regolare funzionalità intestinale e la corretta abrasione dei denti.



Wild Rabbit Relax sfrutta l'effetto rilassante della camomilla (*Matricaria chamomilla*) e apporta i benefici delle foglie di tarassaco (*Taraxacum officinale*) - con azione depurativa e disintossicante - e dei fiori di calendula (*Calendula officinalis*), che agiscono come antinfiammatorio. *Wild Rabbit Herbs* è arricchito con fiordaliso (*Centaurea nigra*) che ha effetto energizzante, depurativo e stimolante; trifoglio (*Trifolium pratense*) che svolge un'azione antiossidante, tonica e disintossicante; e carota (*Daucus carota*) che apporta vitamine e minerali.





Proponi uno spuntino di fiori ed erbe

Oltre agli alimenti completi, puoi proporre al tuo cliente 9 golosi snack naturali sempre della gamma *Pinny Wild*. È possibile scegliere tra quattro ricette semplici - *Banana Chips* banana a rondelle, *Rose Hips* rosa canina in bacche, *Rasp Berries* lamponi disidratati e *Carrot Flakes* carota a fette - oppure tra cinque gustosi mix: *Veggie Surprise* mix di carote, barbabietola e piselli che apporta vitamine, minerali e proteine vegetali; *Flower Party* con carota e calendula che offre vitamine e antiossidanti; *Orange Dream* con buccia d'arancia, rosa canina ed erba medica che apporta una dose supplementare di vitamina C e fibre lunghe; *Sweetie Blossom* a base di camomilla e fiordaliso, che regola le funzioni fisiologiche e svolge un'azione rilassante; *Rustic Flavor* con carota, erba medica e carruba, una ricca fonte di vitamine, fibre e minerali. (G.A.)



CHOICE IS SERVED

You can suggest two different lines to your customers: vary the range in shop after their needs

Your customers, owners of rabbits and rodents, look for specific solutions to meet the needs of their small mammals. How can you balance complete food, hay and treats? How can you dose them? Let *Pinny Pet* help you. The brand is manufactured and distributed by Pineta Zootecnici and helps you take care of the health and well-being of rodents: vary the range in shop after the needs of your customers, to reach excellent sales volumes and interesting profits. How? *Pinny Pet* meets the needs of your shop with an increasingly broader offer for different target customers and with different product lines: *Premium* line for those looking for selected ingredients and excellent quality/price ratio, or *Wild* for demanding customers.

RECOMMEND QUALITY AND PRICE

What distinguishes both lines is the modern packaging in protected atmosphere, which offers detailed information for customers. If pet owners are looking for a daily diet, recommend *Premium Menü*, the complete food for dwarf rabbits, grain free and without added sugar: it guarantees an excellent intake of vitamins and minerals. The recipe includes carrots, peas and beetroot, which are high-quality natural ingredients. Moreover, it is supplemented with long fibres to meet the pet's nutritional intake, support the correct teeth wearing and ensure the proper intestinal functionality.

THE TOP WITHOUT COMPROMISE

If your customers are very attentive to quality and healthy food, they will love *Pinny Wild*, the range of complete food for adult dwarf rabbits in two varieties. The range is free from GMOs, grain, colouring and flavouring agents or other additives. The products contain 100% natural ingredients, selected after their beneficial effects. Moreover, the elevated percentage of long fibres (over 25%) in first cut alpine hay and in alfalfa ensures the regular intestinal transit and the correct teeth abrasion.

Wild Rabbit Relax relies on chamomile (*Matricaria chamomilla*) relaxing effect, plus purifying dandelion (*Taraxacum officinale*) and anti-inflammatory marigold (*Calendula officinalis*).

Wild Rabbit Herbs is supplemented with: invigorating, purifying and stimulating cornflower (*Centaurea nigra*); antioxidating, invigorating and detoxifying clover (*Trifolium pratense*) and carrot (*Daucus carota*), which provides vitamins and minerals.

OFFER A TREAT WITH FLOWERS AND HERBS

Besides complete food, you can also recommend 9 tasty natural treats from *Pinny Pet Wild* range. Customers can choose one of the four simple recipes (*Banana Chips*, *Rose Hips*, *Rasp Berries* and *Carrot Flakes*) or one of the tasty mix: *Veggie Surprise* (carrot, beetroot, peas to provide vitamins, minerals and vegetable proteins), *Flower Party* (carrot and marigold providing vitamins and antioxidants), *Orange Dream* (orange peel, dog rose and alfalfa providing extra vitamin C and long fibres), *Sweetie Blossom* (chamomile and cornflower supporting physiological functionalities and relax) and *Rustic Flavor* (carrot, alfalfa and carob providing vitamins, fibres and minerals).



Consiglia solo il meglio

Una gamma di alimenti complementari che ti permette di offrire al cliente il prodotto adatto alle specifiche esigenze di benessere del suo pet



“Il mio cane ha il manto un po’ spento, cosa mi consiglia?”... “Il gatto talvolta ha problemi digestivi, cosa posso fare?”... “E per dare una carica di vitalità?”. Come negoziante il tuo ruolo principale è quello di essere il primo consulente dei tuoi clienti, quindi è naturale che il proprietario spesso si rivolga a te per tutte le domande che riguardano la sfera legata al benessere del proprio pet.

Una risposta la puoi trovare nell’alimentazione e, nello specifico, negli alimenti complementari. Noi umani ne facciamo spesso un grande uso e anche gli amici animali ne possono trarre notevole beneficio. Come sempre però il primo consiglio che puoi dare al cliente, in caso di problemi di salute del suo pet, è quello di rivolgersi al veterinario.

Gli alimenti complementari non vanno considerati come medicinali ma hanno il compito di reintegrare sostanze utili qualora l’organismo, per diversi motivi (malattia, sforzo continuo, stress da lavoro o ambientale), ne abbia bisogno. È importante che il tuo cliente presti particolare attenzione a possibili errori nella somministrazione, ad esempio alle associazioni non corrette, alle posologie errate sia per eccesso che per difetto e soprattutto alla scelta dell’integratore sbagliato: ecco spiegato il motivo per cui l’uso deve essere consigliato da un medico veterinario.

Proporre nel tuo negozio WINNER PLUS e la sua gamma di alimenti complementari, con micro e macroelementi tutti completamente di origine naturale, ti permetterà di offrire al cliente il prodotto adatto alle sue necessità.

WINNER PLUS Puppy Milk Pro

Quando il cucciolo è nato da poco la prima necessità da soddisfare è quella dell’allattamento e questo speciale latte per cuccioli è paragonabile al latte naturale della fattrice. È ben tollerato dall’organismo, presenta un basso contenuto di lattosio (che spesso causa di diarrea) e una bilanciata combinazione di



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



preziosi ingredienti biologici con tutti i minerali e le vitamine necessarie a una crescita in salute.



WINNER PLUS BARF Mix

Molti proprietari pet amano preparare il pasto quotidiano partendo da ingredienti freschi. Puoi supportare l’alimentazione BARF dei cani di tutte le razze con *BARF Mix*, ricco di importanti sostanze vitali con un effetto positivo su pelle, mantello e vitalità: citrato di calcio, facilmente assimilabile e indispensabile per la struttura delle ossa, dei denti, degli artigli e dei muscoli; calcio come coenzima per attivare numerosi processi metabolici, controllare gli impulsi nervosi e supportare





natural · nutrition · system

SCOPRI I NOSTRI ALIMENTI COMPLEMENTARI

STRAPPA QUI ► ◀ STRAPPA QUI



Arthro-Elastina Polvere



Biotina Forte Tavolette



Arthro-Elastina Tavolette



Aglio granulare



Osteo-Tabs Tavolette



Lievito di birra Tavolette



Pasticche alla carota con biotina



Olio rosso di cicerello

Per ogni TUA esigenza



natural · nutr



Top Fit emulsione multi-vitaminica



Moor Extract



BARF mix



Omega-3



B-Plus intensificatore della pigmentazione



Barf Oil



Olio di cocco



Algomar Alghe marine in tavolette

la NOSTRA soluzione

PREMIUM
WINNER PLUS[®]
FOOD

nutrition · system

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

L'attività cardiaca; alghe marine naturali che forniscono vitamine, micro-minerali come iodio, fluoro e selenio e stimolano la pigmentazione; lievito che assicura una varietà di aminoacidi, vitamine del gruppo B e minerali come rame, ferro, manganese e zinco.

WINNER PLUS BARF OIL

Sempre per il cliente che vuole integrare l'alimentazione casalinga, *BARF Oil* è un olio di canapa naturale ottenuto a basse temperature a seguito di una filtrazione meccanica, che svolge un ruolo importante per il benessere del cane: fornisce acidi grassi essenziali per l'intero metabolismo e per una pelle sana ed è particolarmente ricco di acidi grassi polinsaturi (76%), che il cane non è in grado produrre da sé.



WINNER PLUS Arthro-Elastina

Il cucciolo è in fase di crescita? Il tuo cliente ha un cane molto attivo? O una femmina in gestazione e lattazione? Oppure un cane con displasia o problemi all'anca, al ginocchio, o al gomito? *WINNER PLUS Arthro-Elastina*, disponibile in formato polvere e in tavolette, è adatto per supportare lo sviluppo, la crescita e il miglioramento dei muscoli, dei tendini, dei legamenti e delle giunture, ma è indicato anche in caso di artrite o tendinite. Agisce grazie al solfato di condroitina che favorisce lo sviluppo della cartilagine nelle articolazioni, dei legamenti e delle ossa.



WINNER PLUS Osteo Tabs Tavolette

Il cane è di grossa taglia? Le grandi razze hanno una predisposizione genetica per i problemi articolari. Il collagene è la principale proteina extracellulare del tessuto connettivo e osseo che insieme a proteoglicani, condrociti e all'acqua, è essenziale per la produzione della cartilagine. Il tuo cliente potrà trovare

RECOMMEND THE BEST

The range of complementary food providing customers with the best product for the specific needs of their pets

"My dog's coat is dull, what do you suggest?"... "My cat sometimes suffer from digestive ailments, what can I do?"... "What is the best product to boost vitality?". As retailer, you are the first advisor of your customers: that is why they often turn to you for any doubt related to their pets' well-being.

The first solution lies in nutrition, complementary food in particular. As humans we often use them and also our pet friends might benefit from it. However, the first tip you should give to your customers in case of health problems, is to turn to veterinarians. Complementary food products are not drugs: they provide useful substances in case the organism needs them because of various reasons (disease, constant effort, working stress or environmental stress). It is important that your customers pay particular attention to feeding mistakes: wrong combination, wrong quantities and wrong supplement choice. That is the reason why these products must be recommended by veterinarians.

Offering *WINNER PLUS* products and the range of complementary food in your shop, with micro- and macro-nutrients of natural origin, will provide your customers with the right product.

WINNER PLUS PUPPY MILK PRO

Newborn puppies need milk: this special milk for puppies is similar to natural dog milk. It is well tolerated by the organism, it features low percentage of lactose (which often causes diarrhoea) and balanced combination of precious organic ingredients, with all the necessary minerals and vitamins for a healthy growth.

WINNER PLUS BARF MIX

Several pet owners like to prepare the daily meal of their dog starting from fresh ingredients. Support *BARF* diet of dogs of all breeds with *BARF Mix*, rich in important vital substances with a positive effect on skin, coat and vitality: calcium citrate (easy to absorb and necessary for the structure of bones, teeth, nails and muscles); calcium (co-enzyme activating several metabolic processes, it controls nervous impulse and supports cardiac functionality); natural seaweed (they provide vitamins and micro-minerals such as iodine, fluorine and selenium, besides stimulating pigmentation); yeast (ensuring amino-acids, B group vitamins and minerals such as copper, iron, manganese and zinc).

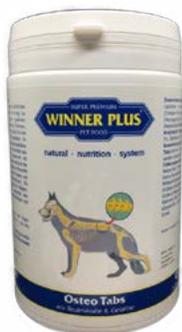
WINNER PLUS BARF OIL

For customers that like to supplement home-made diet: *BARF Oil* is natural hemp oil extracted at low temperatures with mechanical filtering. It has an important role for the well-being of dogs: it ensures essential fatty acids for the metabolism and a healthy skin, besides being rich in polyunsaturated fatty acids (76%), which dogs can not produce by themselves.

WINNER PLUS ARTHRO-ELASTIN

Growing puppies? Active dogs? Female dogs during pregnancy or lactation? Or dogs with dysplasia, hip, knee or elbow ailments? *WINNER PLUS Arthro-Elastin* comes in powder or pills and helps





aiuto in **WINNER PLUS Osteo Tabs** *Tavolette* che, preparato con erbe selezionate, contribuisce a una corretta crescita e a un adeguato sviluppo del sistema scheletrico, dei tendini, dei legamenti e delle articolazioni.

WINNER PLUS Algomar

Quando l'alimentazione non è correttamente bilanciata, un aiuto viene dalle alghe marine fresche di **WINNER PLUS Algomar**. L'amminoacido lisina ottimizza l'efficienza delle proprietà contenute nell'alimentazione, la cellulosa e il mannitolo sostengono attivamente la digestione e l'assimilazione del cibo, l'elevato contenuto di vitamine favorisce il potenziamento del sistema immunitario mentre il contenuto di iodio, zinco e carotenoidi influisce positivamente sul mantello, sulla pigmentazione del pelo, del tartufo e delle zampe.



WINNER PLUS Benessere Stomaco

Se il cane o il gatto soffrono di problemi all'apparato gastrointestinale, il tuo cliente troverà perfetto questo alimento 100% naturale, che sfrutta l'efficacia della corteccia macinata dell'olmo sdrucchiolevole americano, di erbe naturali come menta, centaurea, radice di genziana, e di minerali di origine vulcanica. Il proprietario pet noterà una migliore consistenza delle feci, poiché **Benessere Stomaco** regola l'acidità nello stomaco ed è ideale anche per cani e gatti sensibili o con intolleranze alimentari.



WINNER PLUS Moor Extract

Si tratta di un prodotto indicato per soggetti sia giovani che adulti in caso di irritazione dell'apparato gastrointestinale, per stimolare l'appetito, rafforzare il sistema immunitario e promuovere la crescita e la fertilità, oltre che per assorbire e rimuovere sostanze nocive. A base di fango di torbiera, è utile per proteggere le mucose dell'apparato gastrointestinale supportando il sistema immunitario dell'intestino.



WINNER PLUS Aglio granulare

Se il tuo cliente sta cercando un rimedio naturale contro i parassiti, *Aglio granulare* è un ottimo aiuto poiché il sapore che si diffonde nel sangue del cane e che viene poi emanato attraverso il derma allontana pulci, zecche e flebotomi. I suoi principi attivi aiutano a purificare la pelle riducendo la comparsa dell'eczema. Agisce positivamente sull'apparato gastrointestinale, migliora la circolazione sanguigna e accelera la circolazione di ossigeno per ridurre la produzione di acido lattico nel tessuto muscolare.



WINNER PLUS Lievito di birra Tavolette

Preparato con gli stessi standard di qualità utilizzati per l'uomo, aiuta a regolare la digestione e agisce come valido rimedio contro alcune forme di diarrea. Favorisce inoltre un manto splendente e migliora il benessere generale grazie agli effetti benefici naturali delle vitamine B1 e B2 che rafforzano il metabolismo, B6 che garantisce un pelo più lucido e un corretto funzionamento del sistema nervoso, e B12 che supporta la produzione di mielina, globuli rossi e globuli bianchi.



WINNER PLUS Omega-3

I proprietari pet apprezzano la qualità superiore di *Omega-3* perché ne toccano con mano i risultati: manto splendente, cuscinetti plantari più morbidi e maggiore energia. A base di olio puro di salmone norvegese, è un prodotto naturale e non alterato nel processo di preparazione, che garantisce la massima efficacia degli EPA e dei DHA, favorisce l'attività del sistema immunitario, agisce positivamente sul metabolismo agevolando gli scambi cellulari, aumenta l'appetito, migliora le performance muscolari durante l'allenamento e può rappresentare un valido sostegno per l'attività muscolare cardiaca.



WINNER PLUS Cocos Oil

Cocos Oil potrà essere utilizzato dal tuo cliente per l'azione nutriente e idratante che svolge sulla cute e sul pelo che diventa setoso, lucente e facile da pettinare. Gli acidi grassi a catena media in esso contenuti, come acido laurico, acido caprilico e acido caprico, vengono trasformati direttamente in energia con effetto positivo sul metabolismo e con un'ulteriore azione antibatterica. *WINNER PLUS Cocos Oil* è raccomandato anche come supporto per la profilassi da vermi e in caso di infestazione da vermi.



WINNER PLUS Pasticche alla carota con biotina

Un vero toccasana, sono ideali per la depurazione integrale dell'organismo e per favorire la pigmentazione e la corretta esfoliazione della cute. Aiutano a regolare il peso corporeo del cane, rafforzano il sistema immunitario, migliorano l'attività riproduttiva e hanno un'efficace azione vermifuga grazie ai principi attivi contenuti nel carotene.



WINNER PLUS Biotina forte Tavolette

Naturale al 100%, garantisce al pet del tuo cliente un pelo sano e lucido, una corretta idratazione della cute e riduce al minimo la perdita di pelo. Inoltre stimola il metabolismo dei carboidrati, dei lipidi e delle proteine, aiuta a proteggere la funzione delle ghiandole sebacee, del tessuto nervoso e del midollo osseo ed è importante per la composizione delle vitamine del gruppo B.



WINNER PLUS Olio rosso di cicerello

Il proprietario pet apprezzerà in questo caso anche il rispetto dell'ambiente: la pesca del cicerello viene effettuata nel pieno rispetto delle normative dell'Unione Europea. L'olio,

supporto the growth, development and improvement of muscles, tendons, ligaments and joints. Moreover, it is also suited in case of arthritis or tendinitis. It contains chondroitin sulphate, which supports the growth of cartilage, ligaments and bones.

WINNER PLUS OSTEO TABS

Large breeds are genetically predisposed to articular problems. Collagen is the main extracellular protein of connective and bone tissue: together with proteoglycans, chondrocytes and water, it is essential to produce cartilage. *WINNER PLUS Osteo Tabs* contains selected herbs and supports the correct growth of the skeletal system, tendons, ligaments and articulations.

WINNER PLUS ALGOMAR

If the diet is not correctly balanced, *WINNER PLUS Algomar* fresh seaweed might help. Lysine amino acid improves the effectiveness of nutritional substances, while cellulose and mannitol actively support digestion and food absorption. Elevated intake of vitamins improve the immune system, while iodine, zinc and carotenoids positively affect the coat and the pigmentation of fur, nose and paws.

WINNER PLUS STOMACH WELL-BEING

If cats and dogs suffer from gastrointestinal ailments, your customers will love this 100% natural food, which relies on the effectiveness of ground bark of American slippery elm, natural herbs (mint, centaurea, gentian root) and mineral of volcanic origin. Pet owners will see an improvement in excrement consistency, since *Stomach Well-Being* regulates stomach acidity and it is suited for sensitive cats and dogs with food intolerance.

WINNER PLUS MOOR EXTRACT

It is suited for both young and adult dogs, in case of gastrointestinal irritation: it stimulates the appetite, strengthens the immune system and promotes growth and fertility, besides absorbing and removing noxious substances. It contains moor mud and it is useful to protect the mucosa of gastrointestinal system, supporting the intestinal immune system.

WINNER PLUS GROUND GARLIC

If your customers look for a natural remedy against parasites, *ground Garlic* is the perfect support. The scent spreading in dogs' blood is also released through the skin to repel fleas, ticks and sandflies. Active principles help purify skin and reduce the risk of eczema. It positively affect the gastrointestinal system, it improves blood circulation and increases oxygen circulation to reduce the production of lactic acid in muscular tissue.

WINNER PLUS BREWER'S YEAST TABS

It is manufactured with human-grade quality standards and it helps regulate digestion, besides being effective against certain types of diarrhoea. It also supports a shiny coat and improves the general well-being with the natural beneficial effect of vitamins B1 and B2 (strengthen the metabolism) B6 (ensures a shiny fur and the correct operating of the nervous system) and B12 (supports the production of myelin, red and white blood cells).





a elevato apporto di carotene, dona morbidezza e lucentezza al pelo ed elasticità alla cute con effetti benefici sulla pigmentazione del manto. Inoltre l'elevata concentrazione di grassi garantisce un corretto apporto energetico. La presenza di acidi grassi polinsaturi svolge poi un'azione positiva sui disturbi cutanei specie di origine allergica o in caso di dolori articolari.

WINNER PLUS Top Fit

Sotto forma di emulsione multivitaminica a rapido assorbimento è specifica per cani, gatti e animali con pelo soggetti a particolare stress. Grazie alla sinergia delle vitamine (gruppo B, C, A, D, E, K) e alla sua alta digeribilità, dona benessere e vitalità. È ideale per le femmine durante le fasi di gestazione e allattamento e per i cani molto attivi o in allenamento e come ricostituente a seguito di un intervento chirurgico.

WINNER PLUS B-Plus

Il nero del manto è un po' spento? Con alghe marine fresche, lievito di birra, rosa canina, sambuco, carote ed erbe officinali quali betulla, semi di cardo mariano e ortica, questo alimento complementare naturale è specifico per intensificare il colore nero del manto dei cani di tutte le razze ed età. (S.A.)

WINNER PLUS OMEGA-3

Pet owners appreciate the superior quality of *Omega-3* because they can see the result: shiny coat, soft paw pads and more energy. It contains pure Norwegian salmon oil, it is a natural product unaltered by processing. It ensures the utmost effectiveness of EPA and DHA, it supports the activity of the immune system, it positively affects metabolism by supporting cellular exchanges, it increases appetite, it improves the muscular performances during training and it can also be a useful support or cardiac muscular activity.

WINNER PLUS COCOS OIL

Cocos Oil is useful for its nourishing and moisturising effect on skin and fur: it becomes silky, shiny and easy to brush. Medium chain fatty acids, such as lauric acid, caprylic acid and capric acid, are directly transformed in energy with positive effect on metabolism, with extra antibacterial effect. *WINNER PLUS Cocos Oil* is also recommended as support in case of worm prophylaxis and worm infestation.

WINNER PLUS TABS WITH CARROT AND BIOTIN

A real cure-all, it is perfect for the complete purification of the organism and to support pigmentation and the correct exfoliation of skin. It helps regulate dogs' body weight, it strengthens the immune system, improves breeding and it also has an effective vermifuge effect thanks to active principles contained in carotene.

WINNER PLUS BIOTIN STRONG TABS

100% natural, it ensures a healthy and shiny fur, the correct skin hydration and reduces fur loss. Moreover, it stimulates the metabolism of carbohydrates, lipids and proteins, it helps protect the functionality of sebaceous glands, nervous system and bone marrow. It is also important for the degradation of B group vitamins.

WINNER PLUS CICERELLO RED OIL

Pet owners will also appreciate the respect for the environment: Cicerello is fished in compliance with EU regulations. The oil is rich in carotene and ensures a soft and shiny fur, besides an elastic skin, with beneficial effect on coat's pigmentation. Moreover, the elevated concentration of fatty acids ensures an adequate energy intake. Polyunsaturated fatty acids also have a positive effect on skin ailments (especially allergic ailments) or in case of articular pain.

WINNER PLUS TOP FIT

It is a fast-absorbing multivitamin emulsion, specific for cats, dogs and furry pets suffering from stress. Thanks to the vitamin combination (B group, C, A, D, E, K) and to its elevated digestibility, it adds well-being and vitality. It is also suited for female dogs during pregnancy and lactation, for active dogs or during training, and even as tonic after surgery.

WINNER PLUS B-PLUS

Dull black coats? Fresh seaweed, brewer's yeast, dog rose, elder, carrots and herbs (birch, milk thistle seeds and nettle): this natural complementary food is perfect to increase the black colour of dogs' coats of all breeds.

Stimola la sua curiosità

**Il gatto del tuo cliente merita
una vita piena di divertimento
da condividere insieme all'aria aperta**



Per i tuoi clienti amanti dell'avventura o anche solo per chi ama portare con sé il proprio gatto nelle escursioni e in vacanza, ecco un prodotto che li conquisterà al primo sguardo: lo zaino di Your Cat Backpack.

Anche i gatti amano partecipare alla vita della famiglia, e non solo in casa: molti mici amano percorrere i sentieri al guinzaglio, altri preferiscono farsi trasportare. Se proporrai al tuo cliente uno zaino comodo non solo per il gatto, ma anche per lui, lo avrai conquistato.



YOUR CAT BACKPACK

YOUR CAT BACKPACK

www.yourcatbackpack.com

meow@yourcatbackpack.com



Sicuri e ammirati

Il modello *The Voyager*, per esempio, è perfetto per i gatti che amano osservare ed essere osservati. Si tratta di uno zaino trasparente che offre al pet una visione completa del mondo che lo circonda e attira lo sguardo dei passanti mentre si cammina. Ha una ventilazione ottimale con robusti lati in rete e fori per l'aria. Come tutti i modelli della linea è dotato di spallacci e cinghie pettorali regolabili, per garantire una vestibilità aderente e sicura.

Il best seller della gamma è *The Fat Cat*, che può portare gatti fino a 11 kg di peso circa. Realizzato

in tessuto resistente, è dotato di fori per l'aria e robusti pannelli in rete per migliorare la ventilazione. Il gatto si può godere il panorama affacciandosi dall'alto oppure scrutare comodamente il mondo dalla finestra a bolla.

E per chi cerca due prodotti in uno, ecco *The Jackson Galaxy*, lo zaino convertibile, che può essere utilizzato sia come zaino che come tradizionale marsupio con tracolla staccabile. Un'ottima opzione anche per i viaggi aerei. (S.P.)

STIMULATE THEIR CURIOSITY

Your customers' cats deserve a funny life outdoors together with their owners

For your adventurous customers. Or for those who just love to take their cat during hiking or on every holiday. Here is the product that will win their heart at first sight! Your Cat Back Pack.

Cats increasingly like to take part in family life, not only at home. Many cats love to go on a leash, other prefer to be carried. If you suggest your customers a backpack that is comfortable for them and their cat, you will win their heart!

SAFE AND ADMIRER

For example, *The Voyager* is perfect for cats who love to be looked at. The transparent backpack provides the cat with a complete vision of the world around and draw the attention of other people while waking. It features excellent ventilation with strong mesh material on the side and air holes. Just like all models, it features adjustable chest and shoulder straps that allow you to safely fit the backpack perfectly to the body. *The Fat Cat* is the best seller: it can carry cats up to 25 lbs. It is made of resistant fabric, with air holes and strong mesh panels for extra ventilation. Cats can enjoy the panorama from the top or from the bubble window.

For those looking for two products in one, there is *The Jackson Galaxy*, convertible backpack: it can be used as backpack or as traditional carrier with detachable shoulder strap. It is an excellent option for plane trips.

Nutrizione ottimale senza cereali

Gli alimenti della linea *Oasy Grain Free Formula* per cani e gatti sono formulati senza cereali per rispettare al massimo la loro natura carnivora e garantire una nutrizione ottimale



Il marchio *Oasy* riconferma l'altissima qualità dei suoi prodotti con la linea di alimenti secchi *Grain Free Formula*, disponibile sia per cani che per gatti: tanta carne e una formulazione

senza cereali, per garantire massima digeribilità e gusto e supportare il benessere generale di ogni pet.

***Oasy Grain Free Formula* cane: niente cereali e fonti proteiche animali alternative, anche per i soggetti più delicati**

Gli alimenti secchi *Grain Free Formula* per cani sono preparati senza cereali e con il 50% di una sola fonte proteica animale. *Oasy* propone ben quattro proteine animali alternative - tacchino, agnello, maiale e pesce - per rispondere alle esigenze nutrizionali anche dei soggetti più delicati. La carne fresca è sempre



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



il primo ingrediente di ogni formulazione, per garantire massima digeribilità e una corretta assimilazione dei nutrienti. Completano e bilanciano le varie composizioni le inclusioni di mela come fonte alternativa di fibre e l'esclusivo Vegetal Complex, un mix di frutta, verdura ed erbe aromatiche pensato per fornire preziosi antiossidanti, vitamine e minerali in modo naturale, favorendo il benessere generale di ogni cane.



Data la loro formulazione gli alimenti *Grain Free Formula* sono naturalmente privi di glutine e senza aromatizzanti o coloranti artificiali aggiunti. Inoltre, in linea con la filosofia nutrizionale *Oasy*, non contengono OGM né soia e sono Cruelty Free. Le referenze della linea cane sono suddivise per fase di vita - puppy, adult - e taglia - small/mini, medium/large - per garantire ad ogni soggetto una nutrizione ottimale.



Oasy Grain Free Formula gatto: senza cereali e con ancora più proteine animali, per il massimo del gusto

Oasy ha pensato anche ai piccoli felini, carnivori per eccellenza. La linea *Grain Free Formula* gatto è disponibile per gattini e gatti adulti, in due appetitose varianti di gusto: pesce e tacchino. Tutti gli alimenti non includono cereali e sono quindi anche naturalmente privi di glutine, mentre la percentuale di ingredienti animali - esclusivamente da una sola fonte proteica fra le due proposte - raggiunge il 60%, per rispettare al meglio le esigenze nutrizionali del pet. Per un'alimentazione completa e bilanciata anche le varie formulazioni gatto contengono mela come fonte alternativa di fibre e il Vegetal Complex, l'esclusivo mix a base di frutta, verdura ed erbe aromatiche fra cui zucca, spinaci, carote, mirtillo rosso, rosa canina, prezzemolo, salvia, origano e rosmarino, che garantisce un corretto apporto di antiossidanti, vitamine e minerali preziosi per il benessere del gatto. In linea con la filosofia nutrizionale Oasy, tutti gli alimenti *Grain Free Formula* gatto sono senza aromatizzanti o coloranti artificiali aggiunti, non contengono OGM né soia e sono Cruelty Free.

E per i cani... anche una selezione di alimenti *Grain Free Formula* umidi

L'alta qualità di ricette senza cereali per cani non si ferma ai cibi secchi. Oasy propone infatti anche una selezione di alimenti umidi complementari *Grain Free Formula*, pensati per offrire una bontà tutta naturale ogni giorno: deliziosi tocchetti di vera carne per cani adulti e finissimo macinato per cuccioli, uniti a verdure e preparati nel loro semplice brodo di cottura. Anche gli alimenti umidi sono caratterizzati dall'inclusione di una sola fonte proteica animale per rendere le varie referenze adatte anche ai soggetti più sensibili. Gli alimenti sono disponibili nei gusti *Pollo, Tacchino, Manzo* e *Maiiale* per cani adulti e *Agnello* per cuccioli, in lattine formato 200 g o 400 g, per un utilizzo ottimale in base alla taglia. (A.M.)



EXCELLENT NUTRITION WITHOUT CEREALS

Oasy Grain Free Formula food for cats and dogs is free from cereals, to fully respect their carnivorous nature and ensure an excellent nutrition

Oasy brand confirms the elevated quality of its products with a range of dry food, *Grain Free Formula*, available for both cats and dogs: plenty of meat and a cereal-free formula to ensure utmost digestibility and taste and support the general well-being of each pet.

OASY GRAIN FREE FORMULA DOG:

NO CEREALS AND ALTERNATIVE ANIMAL PROTEIN SOURCES, EVEN FOR DELICATE PETS

Grain Free Formula food for dogs feature no cereals and 50% of a single animal protein source. *Oasy* offers four alternative animal proteins - turkey, lamb, pork and fish - to meet the nutritional needs of delicate pets as well. Fresh meat is always the first ingredient of each formula, to ensure the utmost digestibility and the correct absorption of nourishing substances. The formula is completed by apple as alternative source of fibre and the exclusive Vegetal Complex: a mix of fruit, vegetables and herbs that naturally provides precious antioxidants, vitamins and minerals, supporting the general well-being of dogs. Thanks to their formula, *Grain Free Formula* food products are naturally free from gluten and free from added artificial preservatives or colourants. Moreover, in line with *Oasy* nutritional philosophy, they do not contain GMOs and soy besides being *Cruelty Free*. The products of dogs' line are divided according to life stage - puppy, adult - and breed - small/mini, medium/large - to provide each pet with the perfect nutrition.

OASY GRAIN FREE FORMULA CAT: NO CEREALS AND EVEN MORE ANIMAL PROTEIN TO ENSURE TOP TASTE

Oasy also paid attention to cats, carnivores par excellence. *Grain Free Formula* line for cats is dedicated to kittens and adult cats, with two palatable flavours: fish and turkey. All products are free from cereals, thus naturally gluten free. The percentage of animal ingredients - from one protein source only - amounts to 60%, to respect the pet's nutritional features. For a complete and balanced formula, the recipe also contain apple as alternative source of fibre and Vegetable Complex. The exclusive mix of fruit, vegetable and herbs (including pumpkin, spinach, carrots, cranberry, dog rose, parsley, sage, oregano and rosemary) ensures the correct intake of antioxidants, vitamins and minerals necessary for the well-being of pets. In line with *Oasy* nutritional philosophy, All *Grain Free Formula* cat products do not contain artificial added preservatives and colourants, GMOs and soy besides being *Cruelty Free*.

AND FOR DOGS... GRAIN FREE FORMULA SELECTION OF WET FOOD

The elevated quality of cereal-free recipes for dogs does not stop at dry food. *Oasy* offers a selection of *Grain Free Formula* complementary wet food that provide natural taste every day: delicious bites of real meat for adult dogs and fine minced meat for puppies, combined with vegetable in their cooking broth. Moist recipes also feature a single animal protein source to make them suited for sensitive dogs as well. The recipes include: *Chicken, Turkey, Beef* and *Pork* for adult dogs and *Lamb* for puppies, in 200 or 400g tins to ensure the correct use according to breed.



Su misura per il tuo pet shop

I vantaggi della produzione italiana in loco ti permettono di effettuare piccoli ordini e riassortire solo quando necessario



Hai già pensato all'assortimento di cappottini e maglioncini per l'inverno? Cosa andrà di moda quest'anno? Desideri proporre al tuo cliente qualcosa di nuovo, di qualità rigorosamente made in Italy? Necessiti di una produzione "di nicchia"? Cerchi un servizio di pronta consegna anche per ordini ridotti per non sovraccaricare il tuo negozio? Allora Fashion Dog è il tuo partner ideale.



FASHION DOG SRL
tel. 059687984
www.fashiondog.it
info@fashiondog.it

Grazie ai suoi 27 anni di esperienza, Fashion Dog srl produce cappotti e maglioncini per ben 35 razze differenti, utilizzando solo tessuti e filati di alta qualità. I capi vengono tutti disegnati, confezionati e controllati a Carpi, in provincia di Modena, famoso distretto del tessile e della maglieria italiana.

Proporre qualcosa di nuovo

"Quello che ci differenzia è l'essere una realtà artigianale che produce in loco: siamo tra i pochi e rari produttori italiani ed europei di questi articoli", spiega Enrico Gasparini Casari, titolare di Fashion Dog.

Il vantaggio per te negoziante è che l'azienda può produrre in base all'andamento delle vendite del tuo pet shop, permettendoti di riassortire solo quando necessario. "Quando proponiamo una collezione, non tutti i modelli piacciono in ugual modo al cliente finale. Inoltre i punti vendita delle diverse zone d'Italia hanno una clientela con preferenze stilistiche e cromatiche differenti. Avere la possibilità di acquistare quantitativi iniziali non esagerati permette al negoziante di testare qualcosa di nuovo e diverso senza vincolarsi a ordini eccessivi che rischiano di creare 'invenduto'. Se l'articolo funziona, il pet shop si può rifornire da noi nel giro di 48 ore: abbiamo sempre tutto a disposizione a magazzino".



Partnership e sinergia

Fashion Dog lavora anche a catalogo, dando la possibilità di far scegliere al cliente finale modello e taglia. "Il negoziante - continua Gasparini - può così soddisfare le esigenze di cani particolari, come le razze XL o XXL. I nostri capi arrivano fino alla taglia 100 e possono essere ordinati su



richiesta del cliente, senza andare a ingombrare lo scaffale. Proponiamo un'ampia disponibilità di taglie, dalle extra small alle extra large, e un vastissimo catalogo per razze che richiedono capi in pratica su misura, dai bulldog francesi, ai boxer, ai bassotti. Teniamo molto alla collaborazione diretta con i pet shop, al punto che alcuni capi sono nati proprio dalle richieste dei negozianti o dalla consulenza con associazioni (è il caso dei levrieri), per soddisfare esigenze particolari. Siamo molto orgogliosi di tutta la nostra produzione, in modo particolare di *CuraPet*, un articolo che si è creato un'importante nicchia di mercato per le caratteristiche che lo differenziano. Si tratta di un body postoperatorio, un capo davvero prezioso per aiutare il cane a superare un intervento ed evitare infezioni. La differenza è 'palpabile': al tatto si nota subito la qualità altissima del tessuto interno biologico e ipoallergenico, sviluppato per l'utilizzo umano, composto al 100% da cotone biologico".



Essere piccoli, essere flessibili

Oltre ad essere prodotti localmente, tutti i capi vengono ripassati e imbustati manualmente e controllati uno ad uno. "Questo ci differenzia rispetto ad altri brand, perché permette di ridurre al minimo i difetti" spiega Gasparini. "Un altro elemento per noi molto importante è il rapporto umano. Come azienda artigianale abbiamo la flessibilità di capire le esigenze particolari di ciascun cliente che, ci tengo a sottolinearlo, non è un semplice numero d'ordine, ma una persona con cui stabilire ogni volta un rapporto nuovo. Con molti di loro ci si conosce da più di 25 anni". (A.M.)



CUSTOM-MADE FOR YOUR SHOP

The advantages of Italian local production: you can place small orders and restock only when necessary

Have you already thought of the range of coats and sweaters for winter? What will be trendy this year? Do you wish to offer something new and made in Italy? Do you need a niche production? Do you need a prompt delivery service for small orders, which does not overload your shop? Then Fashion Dog is your ideal partner.

Thanks to its 27 years of experience, Fashion Dog srl manufactures coats and sweaters for over 35 different breeds by using high quality fabrics and yarn only. All clothes are designed, packed and controlled in Carpi, Modena province, the famous district of Italian textile and knitwear.

OFFERING SOMETHING NEW

"What makes us different is being an artisan business with local production: we are among the few and rare Italian and European manufacturers of these products", explains Enrico Gasparini Casari, owner at Fashion Dog.

The advantage for you retailers is that the company works after the sales trend of your shop: you will be able to restock only when necessary. "When we offer a collection, not all models are equally appreciated to final customers. Moreover, different shops in Italy have customers with different style and colour preferences. Having the chance to purchase adequate initial quantities allows retailers to test something new and different without sticking to bulk orders that might create "unsold products". If the product sells well, retailers can restock it within 48 hours: we always have everything ready in our storehouse".

PARTNERSHIP AND SYNERGY

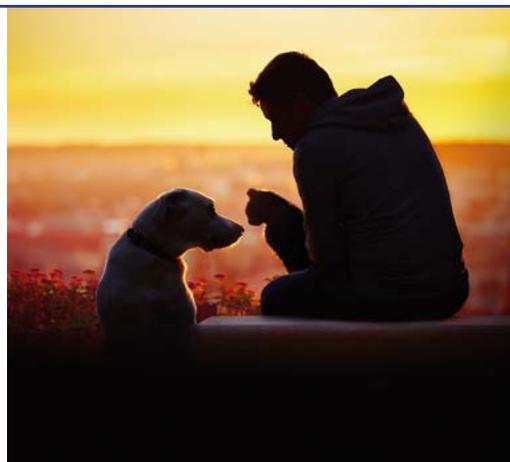
Fashion Dog also allows final customers choose model and size. "Retailers - says Gasparini - can meet the needs of special dogs, such as XL or XXL breeds. Our clothes are available up to 100 size and they can be ordered upon customers' request, without overloading the shelf. We offer a broad range of sizes, from extra small to extra large, and a broad catalogue for breeds that require custom-made clothes: French Bulldog, Boxer, Dachshund. We care about direct collaboration with specialized shops: some models are born after requests from retailers or consultation with associations (the case of greyhounds), to meet special needs. We are proud of all our range, especially of *CuraPet*, which created an important niche market for its distinguishing features. It is a post-surgery body, a precious item to help dogs after surgery and avoid infections. The difference can be touched: you can immediately feel the elevated technology of the organic and hypoallergenic fabric, which is human-grade: 100% organic cotton".

BEING SMALL, BEING FLEXIBLE

Besides being manufactured locally, all clothes are manually controlled and packed. "This is another distinguishing feature compared to other brands, because we can reduce flaws at minimum" explains Gasparini. "Another important element is human relationship. As artisan company, we are flexible and capable to understand the special needs of each customer: I want to underline that customers are not just order numbers, but people we can establish a new relationship every time. We have been knowing many of them for over 25 years".

Una linea ricca... d'amore

Un racconto che inizia da loro: Together nasce dal legame profondo del tuo cliente con il suo pet, insostituibile compagno di vita



La filosofia di *Together*, la linea dry di Zoodiaco per il tuo cliente alla ricerca di alimenti sani e naturali, si basa sul rispetto della natura di cane e gatto e sulla scelta di includere ingredienti genuini, con un unico obiettivo: il benessere dei pet.

Together
SEMPRE INSIEME

Scegliendo Zoodiaco, il tuo pet shop ha la garanzia di un'ampia e variegata offerta di prodotti sottoposti a rigidi controlli qualitativi da parte dell'azienda italiana, che pone da sempre al primo posto la salute degli animali.

zoodiaco PET & GREEN

CONSORZIO ZODIACO
tel. 0425474645
www.together-pet.it
info@together-pet.it



Together for nature

Cani e gatti sono amorevoli compagni di vita a tutti gli effetti. Il cliente del tuo pet shop vive con loro ogni giorno e desidera ricompensarli con il meglio soprattutto per quanto riguarda l'alimentazione, fondamentale per il loro benessere.

Proprio dall'amore e dal rispetto per gli animali nasce *Together, sempre insieme*, la linea di alimenti secchi pensata e prodotta da Zoodiaco. Le carni fresche o il pesce fresco presenti in tutte le ricette della gamma le rendono appetibili e facilmente digeribili, così come tutti gli altri ingredienti naturali e idonei per il pet food, a cui non viene aggiunto nulla.

Together for quality

Together è prodotta in Italia, con le migliori e più innovative tecnologie, da un team di esperti della nutrizione che lavorano insieme per garantire ai nostri pet qualità, sicurezza e naturalità.

Together for wellness

Per *Together* vengono selezionati i migliori ingredienti naturali, senza l'aggiunta di conservanti e coloranti. Come primo ingrediente sono state scelte fonti proteiche animali per rispettare la vera natura di cani e gatti, ovvero quella di carnivori.



Per questo motivo il glutine è stato escluso da tutti gli alimenti, preferendo fonti alternative di carboidrati.

Alcuni prodotti sono inoltre *Grain Free* e *Sensitive*, per le esigenze dei soggetti più sensibili.

Tutti le ricette sono No Cruelty Test e No OGM.



La gamma

Per il cane: 16 soluzioni nutrizionali, dal cucciolo al mantenimento del cane adulto, in base alla taglia, fino al senior, senza trascurare le esigenze dei soggetti sensibili per i quali sono state formulate ricette *Grain Free* e *Sensitive*. Tutti gli alimenti sono arricchiti con un mix di frutta e verdura: mirtillo, mela, carota e spinaci compongono un blend presente in tutte le referenze per offrire una fonte naturale di fibre.

Per il gatto: 6 referenze, dal gattino al mantenimento del gatto adulto, anche per soggetti sensibili, dai gusti difficili o in sovrappeso. Tutti gli alimenti della linea gatto contengono Omega 3 e Omega 6, zinco e biotina che contribuiscono al fisiologico sviluppo di pelle e manto, e un adeguato apporto di taurina, amminoacido essenziale che aiuta e supporta la funzionalità cardiaca e visiva.

Tutte le ricette - sia per cane che per gatto - includono yucca schidigera, nota per le sue naturali proprietà salutistiche, che aiuta a controllare l'odore di feci e urine, e selenio in forma organica, che svolge una naturale azione antiossidante.



Natura e ambiente

Amore per gli animali significa anche rispetto per il Pianeta e i suoi delicati ecosistemi. Valore aggiunto per il tuo negozio, la linea *Together* strizza l'occhio anche alla sostenibilità - altro utile argomento di vendita - perché, nel rispetto della natura, utilizza un innova-



A LINE RICH...OF LOVE

A STORY STARTING FROM THEM: *TOGETHER* IS BORN AFTER THE DEEP BOND OF YOUR CUSTOMERS AND THEIR PET, IRREPLACEABLE LIFE COMPANION

The philosophy of *Together*, the dry line by Zoodiaco for your customers looking for healthy and natural food, is based on the respect for the nature of cats and dogs and on the choice of including genuine ingredients with just one goal: the well-being of pets.

By choosing Zoodiaco, your shop has the guarantee of a broad and varied offer of products that undergo strict quality controls performed by the Italian company. Zoodiaco always places pets' health at the top.

TOGETHER FOR NATURE

Cats and dogs are affectionate life companions. Your customers live with them every day; that is why they want to reward them with the best, especially in terms of nutrition, which is fundamental for their well-being.

Together, always Together is born after the love and respect for pets: the line of dry food has been designed and developed by Zoodiaco. Fresh meat or fish make recipes palatable and easy to digest, just like all other natural ingredients suited for pet food, with nothing more.

TOGETHER FOR QUALITY

Together is made in Italy with the best and most innovative techniques by a team of experts in nutrition: they collaborate to guarantee quality, safety and naturalness.

TOGETHER FOR WELLNESS

Together selects the best natural ingredients, without preserving and colouring agents. As first ingredients there are animal protein sources respectful the real carnivorous nature of cats and dogs. That is why gluten is absent from all recipes, favouring alternative sources of carbohydrates.

Some recipes are also *Grain Free* and *Sensitive* for the needs of sensitive pets.

All recipes are No Cruelty Test and No GMOs.

THE RANGE

For dogs: 16 nutritional solutions, from puppy to adult maintenance and senior, developed after dogs' breed. The line does not forget the needs of sensitive dogs with *Grain Free* and *Sensitive* recipes. All formulas are supplemented with a mix of fruit and vegetables: blueberry, apple, carrot and spinach. The blend is present in all formulas to guarantee a natural source of fibres.

For cats: 6 solutions, from kittens to adult maintenance and even sensitive, demanding or overweight cats. All the recipes contain Omega 3 and 6, zinc and biotin to support the physiological growth of skin and coat. Taurine is an essential amino acid that supports the heart and sight functionality.

All recipes for cats and dogs contain yucca schidigera (famous for its natural healthy effect that helps control excrements' foul odour) and organic selenium (natural antioxidant).

NATURE AND ENVIRONMENT

Love for pets also means respect for the planet and its delicate ecosystem. Added value for your shop: *Together* line is also attentive to sustainability (another useful selling point) by using an innovative 100% recyclable bag to help reduce environmental impact. Thanks to its special eco-friendly formula, the bag plastic can be recycled.

tivo sacco 100% riciclabile per contribuire a ridurre l'impatto sull'ambiente. Grazie alla particolare composizione eco-friendly la plastica impiegata può infatti essere recuperata e riciclata. (T.P.)



Igiene, bellezza e salute senza compromessi

Linea 101 Love For Pet è sinonimo di qualità garantita di ogni singolo prodotto: materie prime naturali e vegane nel rispetto dell'ambiente e del benessere dell'animale

“Cerchiamo di fare del nostro meglio per il mondo e creare benessere per i nostri amici a quattro zampe e i loro proprietari migliorandone la vita quotidiana, piena di spontanee emozioni uniche e indelebili nel tempo. Perseguiamo giorno dopo giorno un ideale di bellezza, igiene, salute ed etica - nostri valori fondanti - e incoraggiamo coloro che ci circondano a prendersi cura consapevole dei loro quattrozampe e dell'ambiente in cui vivono e giocano, amandoli incondizionatamente e scegliendo per loro solo i prodotti migliori. Questi ideali ci ispirano nel modo di agire, nelle nostre attività e progetti. L'etica contribuisce quotidianamente al nostro benessere lavorativo e genera energie positive intorno a noi, migliorando il nostro percorso. Non è dettata da regole o istruzioni, ma da proposte di comportamenti etici auspicabili sul lavoro per una migliore qualità di vita. La condivisione di un sistema valoriale che

guidi e ispiri tutti coloro che lavorano nella nostra azienda, per la nostra azienda, è fondante”. Ecco riassunta la filosofia di Linea 101 Love for Pet nelle parole di Andrea Carbonati, volto e anima dell'azienda da sempre al servizio di toielettatori, pet shop e proprietari esigenti con un'offerta votata all'eccellenza per l'igiene, la bellezza, il benessere e la protezione.

Se sei alla ricerca di un assortimento di shampoo, balsami, lozioni e spray innovativi, efficaci e affidabili, delicati e ipoallergenici, che rispettino la salute dell'animale e di una linea specifica per l'igiene e la cura di cani, gatti e cavalli, oltre che degli ambienti domestici e professionali, Linea 101 Love for Pet è quello che fa per te.



Andrea Carbonati



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



Zampotta Pet Business: Quali sono i punti di forza che differenziano Linea 101 Love for Pet e permettono ai vostri clienti di distinguersi?

Andrea Carbonati: “Siamo una giovane azienda nata nel 2010 tra le province di Reggio Emilia e Modena. Fin dall'inizio abbiamo voluto sviluppare un'identità ben definita puntando su tanti aspetti: la qualità del prodotto, il miglioramento costante, un'immagine inconfondibile nel canale pet shop, i nostri collaboratori, le materie prime naturali e vegane. I nostri non sono semplici detergenti ma prodotti cosmetici che, oltre a pulire, nutrono e mantengono. Un filo rosso che accomuna anche la gamma di soluzioni per l'igiene della casa, delle cucce, delle lettiere e degli ambienti professionali, di cui il brand va particolarmente fiero”. Il merito va alle formule



vegetali, elaborate a stretto contatto con collaboratori, veterinari, toelettatori e professionisti in un'alchimia di qualità ed efficacia senza mai perdere di vista il rispetto dell'ambiente e della salute. Non testiamo prodotti e ingredienti sugli animali, né chiediamo a terzi di farlo. I test sugli animali non si sposano con i nostri valori. La nostra efficienza non è data solo dalla qualità dei prodotti ma dal grande sogno aziendale comune a tutti i nostri collaboratori, che ci permette di perseguire traguardi mai pensati: non ci stancheremo mai di lavorare insieme per i nostri obiettivi e per chi sceglierà i nostri valori”.



Z.P.B.: Come si sviluppa questa sinergia con toelettatori e veterinari?

A.C.: “Vantiamo una produzione interna artigianale costantemente controllata che ci colloca tra i pochi produttori diretti in Italia. Collaboriamo costantemente con una rete di toelettature e professionisti per migliorare le nostre formule e offrire soluzioni sempre nuove, basandoci sull'esperienza di chi utilizza tutti i giorni i cosmetici nella propria attività come strumenti di lavoro. *Linea 101* studia i suoi prodotti avendo ben chiaro questo concetto e li elabora per renderli un punto di riferimento non solo per efficacia, ma anche per maneggevolezza, concentrazione dei principi attivi e versatilità”.

Z.P.B.: Quali sono le scelte e la filosofia di base nella creazione di un nuovo prodotto?

A.C.: “Scegliamo di ripartire sempre da zero, evitando di proporre schemi banali, composizioni vecchie e magari abusate perché facili ed economiche. L'obiettivo è la soddisfazione del professionista, il benessere degli animali e dei loro proprietari. I prodotti *Linea 101* sono creati con miscele finemente equilibrate di ultima generazione, diverse per ogni referenza, scelte sia per efficacia che per delicatezza, e con un occhio costante alla performance, il tutto in equilibrio con oli vegetali selezionati, funzionali e ad alta concentrazione: ecco

HYGIENE, BEAUTY AND HEALTH WITHOUT COMPROMISE

Linea 101 Love For Pet means quality guaranteed for each product: natural and vegan raw ingredients that respect the environment and the pet's well-being

“We try to do our best for the world and to create well-being for our pets and their owners, by improving their daily life, full of unique and unforgettable emotions. We follow an ideal of beauty, hygiene, health and ethics – our founding values – and we encourage others to take conscious care of their pets and the environment they live and play in, loving them unconditionally and choosing only the best for them. These ideals inspire us in the way we act, in our activities and projects. These ideals inspire our activities and projects. Ethics is the daily support for our working well-being and generates positive energy around us, improving our path. There are no rules or instructions, but suggestions of desirable ethical behaviours on the working place, for better life quality. Sharing a value system that guides and inspires all the people working in our company, is a founding pillar for our company”. This is the philosophy of *Linea 101 Love for Pet* expressed by Andrea Carbonati, face and soul of the company working for groomers, pet shops and demanding owners with an excellence product range in terms of hygiene, beauty, well-being and protection.

If you are looking for a range of shampoos, conditioners, lotions and spray that are innovative, effective, reliable, delicate, hypoallergenic, respectful of pets' health as well as a specific line for the hygiene and care of cats, dogs and horses (besides professional and home environment), *Linea 101 Love for Pet* is the perfect company for you.

Zampotta Pet Business: What are the point of strength of *Linea 101 Love for Pet*, which help your customers stand out?

Andrea Carbonati: “Our young company was born in 2010 between Reggio Emilia and Modena provinces. Since the beginning, we chose a defined identity and focused on several aspects: product quality, constant improvement, unique image in the pet shop channel, our collaborators, natural and vegan raw ingredients. We produce not just simple cleansing products: they are cosmetic product that clean but also nourish and preserve. The same goes for our range of products for the hygiene of the house, of pet beds, litter and professional space, which our brand is particularly proud of”. The credit goes to vegetable formulas, developed with collaborators, veterinarians, groomers and professionals with a quality and effective harmony, without forgetting the respect for environment and health. We do not test products and ingredients on animals, nor we ask third parties to do it. Tests on animals do not embrace our values. Our efficiency not only comes from quality products, but also from the company goal, shared by all our collaborators, which helps us reach incredible horizons: we will never get tired of working together for our goals and for those who will chose our values”.

Z.P.B.: How does the synergy with groomers and veterinarians work?

A.C.: “Our internal production is constantly controlled: we are one of the few direct manufacturers in Italy. We constantly work with a network of grooming centres and professionals to improve our formulas and offer new products, based on the experience of those who use cosmetic product every day as working tool. *Linea 101* studies products with this concept and works to make them a point of reference in terms of effectiveness, handiness, concentration of active principles and versatility”.

Z.P.B.: What are the choice and the founding philosophy behind the creation of a new product?

A.C.: “We choose to always start from scratch, avoiding ordinary schemes, old formulas that might be overused because they are easy and cheap. The goal is to please professionals, the well-being of pets and their owners. *Linea 101* features last-generation finely balanced mix, different for each product and selected after



il concetto di 'Formula Vegetale'. Vengono poi perfezionati con profumazioni coperte da certificazione internazionale IFRA, senza parabeni, coloranti e propellenti che possono causare danni al manto e alla pelle. I nostri canoni produttivi tendono a scardinare la maggior parte degli attuali trend: creare prodotti privi di finiture estetiche, concentrandoci sulla vera funzione, utilizzare ingredienti di prima scelta, ma anche concentrazioni superiori agli standard di mercato, senza cadere nella tentazione di utilizzare quelli di moda e non funzionali o di aggiungere (e quindi vantare) componenti genericamente 'naturali' o ancora di firmare tutta una linea cosmetica rimarcando la presenza (o l'assenza) di un singolo ingrediente".



Z.P.B.: Ci sono dei prodotti di cui lei è particolarmente orgoglioso?

A.C.: "Tutti i nostri prodotti sono letteralmente 'indimenticabili', sia per l'immagine unica, immediatamente riconoscibile, sia per la qualità e la sicurezza delle formule, che offrono un'esperienza vicina a quella professionale. La gamma PetShop è costituita dalle linee di *Cosmetica per Cane e Gatto*, dalla *Linea Cavallo* e dalla *Linea Attiva* (funzionale e curativa) e quella *Protettiva*; queste ultime, sono i nostri due fiori all'occhiello. Attraverso quest'azione di continuo miglioramento e aggiornamento si è giunti a soluzioni come il *Lavaggio a Secco*, con innovativa formula senza schiuma e senza risciacquo, con performance memorabili, esente dal tipico effetto 'plastificato'. Poi lo *Shampoo Riequilibrante* che sfrutta le proprietà riattivanti dell'ozono per ristabilire l'equilibrio fisiologico del derma. E le *Salviette Lenitive Idratanti*, la soluzione a portata di mano e riutilizzabile perché a base di oli e materie prime che non evaporano. E infine lo *Spaccaodori*, soluzione esclusiva per igienizzare in profondità e deodorare istantaneamente lettiere e superfici". (A.P.)



effectiveness and delicateness with constant attention to performance. Everything is balanced with selected vegetable oil, functional and in elevated concentration: this is the concept of 'Vegetable Formula'. They are improved with IFRA-certified perfumes, without parabens, colourants or propellants that might damage coat and skin. Our manufacturing standard refuses most current trends: we create products free from aesthetic finishing and focus on their real purpose by using first-choice ingredients as well as higher concentration compared to market standards. We resist the temptation of using trendy or not functional ingredients, or adding generically 'natural' components, or even to brand a whole cosmetic line underlining the presence (or the absence) of a single ingredient".

Z.P.B.: Are there products you are particularly proud of?

A.C.: "All of our products are literally 'unforgettable', both in terms of unique and recognizable image and in terms of quality and safety of formulas. They guarantee an experience similar to professional products. *PetShop* range includes *Cosmetics for Cats and Dogs*, *Horse Line*, *Active Line* (functional and treating) and *Protective Line*. The last two lines are our jewels. Through constant updates and improvement we developed products such as *Dry Shampoo*, with innovative foamless formula without rinse, plus memorable performance (no typical plastic effect). *Rebalancing Shampoo* uses ozone activating effect to restore the physiological balance of skin. *Soothing Hydrating Wipes* are the handy and re-usable solution, since they contain oils and other raw ingredients that are not volatile. *Smellbreaker* is the exclusive solution to ensure deep hygiene and instantly deodorize litter trays and surfaces".

IGIENE DOMESTICA E LINEA CAVALLI: CHICCHE BY LINEA 101 LOVE FOR PET

Un discorso a parte merita la gamma dedicata alla pulizia degli ambienti domestici e professionali, tra cui si distingue lo *Spaccaodori* - l'esclusivo rimedio che sfruttando il potere dei sali quaternari disidrata i batteri e senza essere aggressivo e tantomeno nocivo igienizza in profondità e deodora all'istante - e la rosa di articoli dedicati ai cavalli che volteggia tra la pulizia e il mantenimento del quadrupede e la cura della sella e dei finimenti in cuoio e pelle.



HOME HYGIENE AND HORSE LINE: PEARLS BY LINEA 101 LOVE FOR PET

Special mention for the range dedicated to house and professional cleaning, which also includes *Smellbreaker*, the exclusive solution with quaternary ammonium salts dehydrates bacteria without being aggressive or noxious. It deeply cleans and deodorize. The company also offers a range of products for the cleaning and maintenance of horses and the care of leather and hide saddle and harness.

BELLEZZA E PROTEZIONE: A CASA COME DAL TOELETTATORE

Con due linee dedicate alle diverse necessità, Linea 101 Love for Pet permette di ottenere anche a casa (quasi) gli stessi risultati che garantiscono i professionisti. La *Linea Attiva* si snoda tra prodotti a rapido effetto benessere indicati per pelli ipersensibili, irritate, bisognose di un pronto sollievo e di protezione a lungo termine. Alla voce shampoo, Linea 101 Love for Pet spazia dai tradizionali basso schiumogeni, di facile risciacquo e ad effetto lucidante, al vegetale, all'arcinoto *Eliminaodori* all'essenza di menta passando per la versione *Cuccioli & Pelli Delicate* per i quattrozampe ai primi passi e quelli più anziani, e *Nutritivo* a misura di peli corti e lunghi, fino alla ricca serie di *Shampoo Spray*, soluzioni per lavaggi a secco (anche parziali) fuori dal comune, dove le bombolette sono senza propellenti, gas e irritanti. Su tutti va citato *Zen*, il trattamento professionale da stendere a pettine, ideale anche come secondo shampoo per manti fragili, che lascia uno splendido effetto velluto. Il ventaglio degli spray annovera barriere contro insetti e parassiti, toccasana per districare il pelo (vedi lo *Scioglinodi*) e per l'asciugatura rapida. Completano il panorama i pre-shampoo, lozioni e balsami cosmetici con effetti mirati e ad hoc.



BEAUTY AND PROTECTION AT HOME: JUST LIKE AT THE GROOMING CENTRE

Two lines dedicated to different needs: Linea 101 Love for Pet make sure you obtain at home as well (nearly) the same results guaranteed by professionals. *Active Line* includes products with quick well-being effect suited for hypersensitive, irritated skin in need of immediate relief and long-term protection. In terms of shampoos, Linea 101 Love for Pet offers low foam polishing shampoos with easy rinse or vegetable shampoos, but also: famous *Smellbreaker* with peppermint, *Puppies & Delicate Skin* for puppies and senior dogs, *Nourishing* shampoo for short and long hair. Moreover, the range includes several *Spray Shampoo*: extraordinary solutions for dry shampoos (even partial), since bottles are free from propellants, gas or irritating substances. For example, *Zen* is the professional treatment that can be applied with a comb, perfect as second shampoo on fragile coats, which leaves a wonderful velvet effect. The range of sprays also includes barriers against insects and parasites, solutions to disentangle fur (see *Detangler*) and quick drying. The range is completed by pre-shampoos, lotions and cosmetic conditioners with specific effects.

MISCELE EFFICACI, AFFIDABILI E DURATURE

Le miscele finemente equilibrate di performanti e delicati tensioattivi di ultima generazione, agenti dermoprotettivi di origine nobile e oli vegetali di alto pregio e alta concentrazione si traducono in shampoo, balsami, lozioni e spray efficaci e affidabili, delicati e ipoallergenici, versatili, costanti nella qualità, utilizzabili a basse dosi perché spesso da diluire. Le fragranze sono certificate dall'ente internazionale IFRA, le ricette sono prive di coloranti, conservanti aggressivi, siliconi, paraben, nickel, alcol e tutto ciò che di nocivo si trova in circolazione. Non a caso, l'universo in espansione di Linea 101 Love For Pet è al servizio dei professionisti e si ritrova dove c'è tempo e competenza per raccontare le qualità di ogni singolo prodotto: i negozi specializzati, i circuiti farmaceutici e presto online con un canale di vendita diretto.

EFFECTIVE, RELIABLE AND LONG-LASTING MIX

Finely balanced mix of performing and gentle last-generation surfactants, skin-protective agents of noble origin and fine and concentrated vegetable oils turn into shampoo, conditioner, lotion and spray: effective, reliable, delicate, hypo-allergenic and featuring high quality. They can be used in small quantities because they often need dilution. Scents are certified by IFRA, recipes are free from colourants, aggressive preservatives, silicones, parabens, nickel, alcohol and all other noxious substances. That is why the growing universe of Linea 101 Love For Pet is perfect for professionals and can be found where there is time and skill to explain the features of each product: specialized shops, pharmaceutical channel and soon online with a direct sales channel.

Viziare... in salute

Vita Naturals, per il tuo cliente esigente alla ricerca di snack sani e golosi da offrire al proprio pet



L'87% dei proprietari di cani e il 79% dei proprietari di gatti offre ai propri animali domestici degli snack: ecco quanto rilevato da una recente ricerca di mercato dell'agenzia tedesca Skopos. Sono ovviamente preferiti i prodotti che apportano benefici alla salute del pet, con la conseguente richiesta di ricette con pochi ingredienti ma di elevata qualità, genuinità e trasparenza.

All'insegna della naturalità

Da queste premesse nasce la nuova linea di snack per cani e gatti *Vita Naturals* by Vitakraft: una selezione di top snack sani e genuini realizzati con una formulazione super naturale al 100%, come sempre made in Germany.

Gli snack *Vita Naturals* sono ideali come fuori-pasto, ricompensa o premio per cani di tutte le razze, a maggior ragione per soggetti che seguono un addestramento. La ricetta è davvero semplice: solo pochi ingredienti e alta qualità. Una 'coccola' naturale davvero deliziosa e di altissimo gradimento senza aggiunta di zucchero, cereali, esaltatori di sapidità, coloranti e conservanti.

Anche il packaging, molto essenziale, è un richiamo alla naturalità del prodotto. La linea raggiunge così un nuovo gruppo target giovane, attento alla qualità e con un alto potere di acquisto. *Vita Naturals* è la nuova scelta smart per lo scaffale del tuo negozio.

Stick e delizie in crema per cani e gatti

I *Vita Naturals* sono proposti in tre formati: stick per cani, stick per gatti e snack liquidi per gatti, per soddisfare ogni richiesta del tuo cliente.

I *Vita Naturals Stick* per cani e gatti contengono oltre il 95% di carne (o 95% di carne+pece)... praticamente irresistibili! Sono proposti nelle referenze:

- *Vita Naturals Stick* cane gusto Manzo;



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



- *Vita Naturals Stick* cane gusto Pollo; in confezione da 2 bastoncini deliciosamente affumicati su legno di faggio.
- *Vita Naturals Stick* gatto gusto Pollo;
- *Vita Naturals Stick* gatto gusto Salmone; in confezione da 4 bastoncini.



Si tratta di snack completamente naturali che si distinguono per l'elevata appetibilità: ben il 99% per gli stick cani e il 90% per gli stick gatti (fonte: *Vitakraft Panel*), per soddisfare anche i palati più esigenti.



Vitakraft da sempre si impegna ad operare in modo sostenibile, per questo gli stick per gatto a base di pesce contengono solo ingredienti certificati MSC, provenienti cioè da pesca sostenibile effettuata nel rispetto dell'ecosistema marino.

I *Vita Naturals Liquid* per gatti sono una delizia cremosa con naturali pezzetti di carne o pesce. Grazie alla confezione a tubetto sono ideali per coccolare il proprio gatto, alimentandolo direttamente dalla mano, perfetti come fuoripasto innovativo, appetizzante per



le crocchette o per somministrare medicinali. Sono proposti nei gusti *Manzo* e *Salmone*. Una bontà tutta naturale proposta in un pratico pack da 5 snack confezionati singolarmente.



Display dedicato: valore aggiunto per il tuo negozio

In occasione del lancio della linea *Vita Naturals*, Vitakraft ha realizzato un display dedicato, importante per distinguerla dai normali snack di carne ed enfatizzare al massimo la comunicazione nel tuo punto vendita, attirando il consumatore alla ricerca di una gamma *natural*. Una linea esclusiva che, specialmente in fase di lancio, trova proprio fuori banco la sua perfetta collocazione: il nuovo display *Vita Naturals* da 1/8 pallet permette di esporre tutti i 6 prodotti con grande praticità grazie alle misure compatte (solo 30 cm di larghezza x 40 cm di profondità) e di avere al tempo stesso un grande impatto cromatico ed emozionale. (W.A.)

HEALTHY CUDDLES

Vita Naturals, for your demanding customers looking for healthy and delicious snacks for their pets

87% of dogs' owners and 79% of cats' owners feed treats to their pets. This is the result of a recent market survey by German agency Skopos. Of course, they prefer products providing beneficial effects to pets' health: this lead to the demand for recipes with few ingredients, featuring high quality, genuineness and transparency.

NATURALNESS

That is how the new treat line for cats and dogs was born: *Vita Naturals* by Vitakraft is a selection of top healthy and genuine treats developed with a 100% super natural formula, made in Germany as usual.

Vita Naturals is perfect as treat, reward or prize for dogs of all breeds, specially during training. The recipe is simple: few high-quality ingredients. A natural cuddle, delicious and free from added sugar, cereals or flavouring, colouring and preserving agents.

The packaging is also essential to recall the natural feature of the product. The line addresses a new target group: young, attentive to quality and with elevated purchasing power. *Vita Naturals* is the new smart choice for your shop's shelf.

STICKS AND CREAMY DELICACIES FOR CATS AND DOGS

Vita Naturals come in three types: dog sticks, cat sticks and liquid treats for cats, to meet all the needs of your customers.

Vita Naturals Stick for cats and dogs contain over 95% of meat (or 95% meat+fish)...basically irresistible! They come in the following recipes:

- *Vita Naturals Stick* dog with *Beef*;
- *Vita Naturals Stick* dog with *Chicken*;
- in bags with two beechwood-smoked sticks;
- *Vita Naturals Stick* cat with *Chicken*;
- *Vita Naturals Stick* cat with *Salmon*;
- in bags with four sticks.

They are completely natural treats featuring elevated palatability: 99% for dogs' sticks and 90% for cats' sticks (source: *Vitakraft Panel*), to please even the most demanding pets.

Vitakraft is always supporting sustainability: cats' sticks with fish contain MSC certified ingredients only (sustainable fishing, respectful of marine eco-system).

Vita Naturals Liquid for cats are a creamy delicacy with natural bites of meat or fish. Thanks to the tube, they are perfect to cuddle your cat and feed the treat directly from your hand. They are perfect as innovative treat, appetite stimulating for treats or to feed drugs.

They come in *Beef* and *Salmon* flavours. They are the natural delicacy available in bags with 5 individually-packed treats.

DEDICATED DISPLAY: ADDED VALUE FOR YOUR SHOP

For the launch of *Vita Naturals* line, Vitakraft developed a special display, to distinguish the line from normal meat treats and improve communication in your shop, drawing the attention of customers looking for *natural* range.

New *Vita Naturals* 1/8-pallet display helps show all 6 products thanks to its compact size (only 30 cm wide and 40 cm deep), besides ensuring a chromatic and emotional impact.



1,2,3... tirare!

Per il cliente del tuo negozio che cerca un gioco per far divertire il suo cane attivo e instancabile



Il cane è pieno di energia? Non si stanca mai? Il tuo cliente è alla ricerca di un modo per tenerlo occupato, non farlo annoiare ed evitare che diventi distruttivo?

Il sistema *Tether Tug* è perfetto per i cani che hanno bisogno di sfogare fisicamente e mentalmente la loro energia attraverso il gioco, sfruttando il proprio istinto naturale di inseguire, afferrare, tirare e correre.



Installazione e funzionamento

Il primo passaggio consiste nell'installare la base in metallo. Utilizzando un martello, bisogna conficcarla nel terreno finché ne sono ancora visibili 4/5 centimetri appena sopra la superficie. Una volta interrata la base, è sufficiente inserire *Tether Tug*. E tutto è pronto per tirare!



Fissata l'asta nel terreno infatti, all'estremità è attaccata una corda che consente al quattrozampe di giocare a lungo, per ore e ore di divertimento. *Tether Tug* è indicato per cortili,



TETHER TUG
www.tethertug.com
info@tethertug.com



giardini e tutti gli spazi aperti, ma è disponibile anche una versione indoor per i cani di taglia più piccola. Il tuo cliente può scegliere inoltre tra 3 dimensioni differenti e 5 accessori intercambiabili per variare l'esperienza di gioco e vivere momenti di interazione ottimali con il suo amato quattrozampe.

Il cane è davvero forte... durerà?

Anche i soggetti extra large possono divertirsi con *Tether Tug* senza problemi. Ogni prodotto è lavorato a mano ed è di alta qualità, robusto e duraturo. Se utilizzato correttamente secondo le istruzioni, dura a lungo. (G.A.)

1,2,3... TUG!

For the customers of your shop looking for a way to entertain active and tireless dogs

What if dogs are full of energy? What if they never get tired? What if your customers are looking for a way to entertain dogs and avoid boredom (also to prevent destructive behaviours)?

Tether Tug is perfect for dogs that need an outlet to expend energy using their natural drive to chase, grab, tug, run and play.

INSTALLING AND USING THE TOY

The first step is to install the metal in-ground base. Using a rubber mallet, drive the metal base into the ground until 4-5 cm are still visible just above the ground. Once the metal base is in the ground, simply insert the *Tether Tug* toy into the base. The toy is now ready for play!

After the tug pole is set in the ground, fasten the rope and the toy, to provide your dogs with hours and hours of fun. *Tether Tug* is suited for outdoor, courtyards, gardens and open spaces. There is also an indoor version for smaller dogs. *Tether Tug* is available in three sizes, with five interchangeable toys to vary the fun experience and help owners enjoy optimal interaction with their pet.

MY DOG IS REALLY STRONG, WILL IT LAST?

Extra-large dogs play with *Tether Tug* without any problems. Each product is hand-made and features high quality: if used according to instructions, it will last for a long time.



Alimenti ad hoc

La gamma Prodac propone un cibo in pellet di dimensioni ridotte appositamente studiato per la piccola bocca dei guppy



Il guppy (*Poecilia reticulata*) è tra i pesci più diffusi negli acquari di tutto il mondo. Robusto e di facile mantenimento, necessita comunque di alcune attenzioni per poter crescere sano e riprodursi al meglio. Questo pesce non necessita di particolari valori di pH o durezza dell'acqua e in natura si adatta perfino a vivere nelle zone salmastre dei mangrovieti, ma è importante tenere sotto controllo il valore dei nitrati, per favorire una sua crescita sana. I valori dell'acqua della vasca possono essere rilevati con gli specifici test a goccia della linea PRODAC INTERNATIONAL come *PRODAC TEST PH*, *PRODAC TEST GH*, *PRODAC TEST NO₃* oppure con i test in strisce *PRODAC SPEEDY TEST*, con cui è possibile rilevare anche i valori di KH, NO₂, CL₂, e CO₂. In natura i guppy vivono in acque ricche di cibo (larve di zanzara e altri piccoli organismi) e con molte piante, che forniscono loro alimento e rifugio. Per questo, al tuo cliente acquariofilo appassionato di questi pesci, consiglia sempre un acquario con minimo 60 litri di acqua, un buon filtro e molte piante.

Un assortimento completo

L'alimentazione è un altro aspetto fondamentale. PRODAC INTERNATIONAL ha recentemente introdotto sul mercato il nuovo *PRO GUPPY PELLET*, alimento in pellet di piccole dimensioni appositamente studiato per la piccola bocca dei guppy. Altamente proteico, contiene vitamine, grassi omega 3-6 e cantaxantina, per esaltare i colori di questi bellissimi pesci. Per un'alimentazione ottimale si raccomanda di alternare *PRO GUPPY PELLET* ad altri alimenti come *PRODAC PRO GUPPY*, alimento spe-



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



cifico in scaglie e *PRODAC BLOODWORMS*, larve rosse di zanzara liofilizzate.

Il vasto assortimento PRODAC di prodotti per guppy garantisce benessere dei pesci, maggiori vendite per il tuo negozio e grande soddisfazione del tuo cliente. (S.R.)

SPECIFIC FOOD

Prodac range offers a small pellet food specifically suited for the small mouth of guppy fish

Guppy (*Poecilia reticulata*) is among the most common fish in worldwide aquaria. Strong and easy to maintain, it still requires attention to ensure a healthy growth and the correct breeding. This fish does not require particular pH or water hardness values. In nature, the fish might even live in salty waters of mangrove forests. It is still important to pay attention to nitrates, to ensure a healthy growth.

Tank water values can be assessed through specific drop tests by PRODAC INTERNATIONAL, such as *PRODAC TEST PH*, *PRODAC TEST GH*, *PRODAC TEST NO₃* or with test strips *PRODAC SPEEDY TEST*, which also assesses KH, NO₂, CL₂, and CO₂ values.

In nature, guppy lives in water rich in food (mosquito larvae and other small organism) and with plenty of plants, which provide food and shelter. That is why you should recommend your aquatic-lover customers to choose at least a 60-litre aquaria with a good filter and plenty of plants.

COMPLETE RANGE

Nutrition is another fundamental aspect. PRODAC INTERNATIONAL has recently introduced the new *PRO GUPPY PELLET* on the market: small pellet food specifically developed for the small mouth of guppy fish. It is extremely rich in proteins, it contains vitamins, omega 3-6 fatty acids and cantaxanthin, to enhance the colours of these beautiful fish. For the correct diet, alternate *PRO GUPPY PELLET* with other products such as *PRODAC PRO GUPPY*, specific flake food, and *PRODAC BLOODWORMS*, freeze-dried red larvae of mosquito.

The broad PRODAC range of products for guppy fish ensures the well-being of fish, broader sales for your shop and great customer satisfaction.

Apprezzati dal cliente

Arricchisci l'assortimento del tuo negozio con le ricette *Monge Natural Superpremium*, che ora includono anche due novità per gattini



Xilo-oligosaccaridi, superfood, prebiotici, antiossidanti, tocoferoli... sono ormai termini comuni del linguaggio del tuo cliente, profondo conoscitore di tutto ciò che supporta il benessere del suo gatto. Tutti questi ingredienti si possono trovare in *Monge Natural Superpremium*, la linea nata dalla ricerca made in Italy che si avvale di continui confronti con allevatori, consumatori e nutrizionisti, per offrire al tuo acquirente un prodotto gustoso e bilanciato.

Il punto di forza degli alimenti Monge Superpremium che il proprietario pet apprezza maggiormente è la fonte proteica animale come primo ingrediente, con l'inclusione di carne fresca selezionata per le sue caratteristiche nutrizionali, a cui si associano fonti di carboidrati rese altamente digeribili mediante il processo di estrusione.

Molto importante è anche la presenza di Xilo-oligosaccaridi (XOS), prebiotici di ultima generazione in grado di raggiungere il colon dove favoriscono la crescita e l'attività della flora microbica intestinale benefica. Resistenti all'acidità gastrica e agli enzimi del tratto gastrointestinale, non vengono assorbiti ma fermentati dai microrganismi e inducono una crescita selettiva della flora intestinale a supporto del sistema immunitario. Il cliente apprezza di sicuro anche la presenza di superfood: yucca schidigera per il controllo degli odori intestinali, rosa canina con componenti antiossidanti per neutralizzare i radicali liberi rilasciati in fase di stress, estratto di tocoferoli da oli vegetali e olio di salmone per la morbidezza e lucentezza del pelo.



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



Una gamma solo per il canale specializzato

Per offrire un servizio ancora più completo ai consumatori il tuo negozio può proporre referenze da 400 g, 1,5 kg e 10 kg. È importante ricordare inoltre che *Monge Natural Superpremium* è riservata solo a pet shop, catene pet e importanti garden. Il proprietario può scegliere fra:

- **Daily Line:** prodotti ricchi in pollo dall'appetibilità ottimale per il mantenimento quotidiano, con ricette mirate per le diverse fasce di età e condizioni, come *Kitten*, *Adult*, *Senior*, *Hairball*, *Indoor*, *Sterilised*, *Urinary*.
- **Monoprotein Line:** ricette monoproteiche con un'unica fonte proteica animale, specifiche per soggetti che hanno particolari esigenze, suddivise per età e stile di vita: *Kitten Trota*, *Kitten Anatra*, *Kitten Manzo*, *Adult Coniglio*,



Adult Salmone, Sterilised Trota, Sterilised Anatra, Sterilised Merluzzo, Sterilised Manzo.

• **Speciality Line:** per gatti con esigenze fisiologiche specifiche, come quelli che devono mantenere il peso ideale.

Anatra e manzo per i gattini

Ora hai la possibilità di arricchire il tuo assortimento con due nuove ricette che completano la gamma per gattini: *Monge Natural Superpremium Monoprotein Kitten Anatra* e *Monge Natural Superpremium Monoprotein Kitten Manzo*. Sono specificatamente pensate per il benessere del gattino grazie alla presenza di olio di microalga (*Schizochytrium sp.*) fonte di DHA per il sistema nervoso e visivo e taurina per il corretto sviluppo cardiaco. Come gli altri alimenti della linea sono formulate con un'unica fonte proteica animale come primo ingrediente, anatra o manzo, e con carne fresca per una digeribilità e appetibilità ottimale. Arricchite con XOS (Xilo-oligosaccaridi), rosa canina e yucca schidigera, sono tutte ricette senza coloranti e conservanti artificiali aggiunti e No Cruelty Test. (M.A.)



LOVED BY CUSTOMERS

Broaden the product range in your shop with *Monge Natural Superpremium* recipes: they now includes two new products for kittens

Xylo-oligosaccharides, superfood, prebiotics, antioxidants, tocopherols...they are common terms for your customers, who are expert in what supports the well-being of their cat.

All these ingredients can be found in *Monge Natural Superpremium*: made-in-Italy research and constant debates with breeders, customers and nutritionists help ensure a tasty and balanced product.

The point of strength of *Monge Superpremium* food, which is also the most popular among pet owners, is the animal protein source as first ingredient: fresh meat selected after its nutritional features, which is combined with sources of carbohydrates that are extremely digestible thanks to extrusion.

Xylo-oligosaccharides (XOS) are also important: they are last-generation prebiotics capable to reach the colon, where they support the growth and activity of the beneficial intestinal microbial flora. They resist to gastric acidity and to gastrointestinal enzymes: they are not absorbed; they are fermented by the microorganism and stimulate a selective growth of the intestinal flora, to the advantage of the immune system. Customers also appreciate superfood: yucca schidigera to control intestinal odour; dog rose with antioxidant components to neutralize free radicals released by stress; tocopherols extracted by vegetable oils and salmon oil for a soft and shiny fur.

RANGE ONLY FOR SPECIALIZED CHANNEL

To guarantee a complete service to your customers, your shop can offer 400g, 1.5kg and 10kg bags. *Monge Natural Superpremium* is dedicated to specialized shops, pet chains and garden centres. Owners can choose among the following lines:

- **Daily Line:** products rich in chicken with excellent palatability, for the daily maintenance of cats. Recipes are specific for age and conditions, such as *Kitten, Adult, Senior, Hairball, Indoor, Sterilised, Urinary*.
- **Monoprotein Line:** single-protein recipes with one source of animal proteins, for cats with specific needs according to age and life-style: *Kitten Trout, Kitten Duck, Kitten Beef, Adult Rabbit, Adult Salmon, Sterilised Trout, Sterilised Duck, Sterilised Cod, Sterilised Beef*.
- **Speciality Line:** for cats with specific physiological needs, such as those who need to preserve their ideal weight.

DUCK AND BEEF FOR KITTENS

You can now broaden your range with two new recipes, which complete the range for kittens: *Monge Natural Superpremium Monoprotein Kitten Duck* and *Monge Natural Superpremium Monoprotein Kitten Beef*. They are specifically developed for the well-being of kittens, thanks to microalga (*Schizochytrium sp.*) oil, source of DHA for the nervous and sight system and taurine for the correct cardiac development. Just like the other products of the line, they feature a single animal protein source as first ingredient (duck or beef), with fresh meat for excellent digestibility and palatability. Supplemented with XOS (Xylo-oligosaccharides), dog rose and yucca schidigera, all recipes are free from added artificial colouring and preserving agents, besides being No Cruelty Test.



Segui il trend vegetariano

Riso, cocco, curcuma, piselli e mirtilli rossi nella nuova ricetta che soddisfa il tuo cliente e lo porta in India, per completare il giro del mondo dei sapori



Avrai notato che sono sempre più numerose le richieste di alimenti vegetariani per i quattrozampe: spesso infatti i proprietari, che seguono una dieta vegetariana o vegana, non amano l'idea che i loro amici possano cibarsi della carne di altri esseri simili. In Italia la tendenza è in crescita, un'opportunità che puoi sfruttare per il tuo negozio grazie alla novità che *Happy Dog* ti propone: *Supreme Sensible India*, una deliziosa ricetta vegetariana ispirata alla cucina indiana.



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



Un'esplosione di gusto per proprietari esigenti

Supreme Sensible India offre al tuo cliente vegetariano - ma anche agli altri proprietari pet - una ricetta bilanciata priva di grano e con molti ingredienti superfood, adatta anche a soggetti con intolleranze alimentari. La formulazione a base di riso altamente digeribile e piselli, con un alto contenuto di proteine e di fibre, porta nella ciotola una ventata di novità, oltre ai preziosi acidi grassi Omega 3 e Omega 6 a supporto del benessere della pelle. Fai notare al tuo cliente anche gli ingredienti speciali, che costituiscono un'ottima base nutrizionale ideale anche per i cani più sensibili: i mirtilli rossi americani che forniscono preziose vitamine e antiossidanti per un'ottima protezione cellulare, il cocco ricco di preziosi acidi grassi per il benessere di pelle e per la lucentezza del manto e la curcuma, che supporta una corretta digestione.

Fai scoprire al tuo cliente un mondo di sapori

Con *Supreme Sensible India* continua il viaggio gastronomico nei cinque continenti di *Supreme Sensible*, una delle più apprezzate linee di *Happy Dog*, marchio le cui origini risalgono al 1765, con l'acquisto di un piccolo mulino sulle rive del fiume Singold, a Wehringen, Baviera. Con questa linea puoi proporre al tuo cliente una nutrizione ottimale realizzata grazie a una varietà accuratamente combinata di ingredienti naturali, materie prime provenienti da agricoltori locali e proteine nobili ad alto valore nutritivo, senza conservanti o altri elementi chimici. *Happy Dog* ti garantisce ricette in linea con le scoperte scientifiche più recenti, con solo carne della migliore qualità e una percentuale di proteine animali che arriva fino al 90%.

Il tuo cliente potrà far partire il suo viaggio fra i sapori del mondo partendo proprio dall'Italia - *Lombardia*, ricetta con anatra all'arancia, *Toscana* con anatra e salmone e *Piemonte* con pregiate castagne - per arrivare poi nel resto del mondo: *Africa* con struzzo africano, *Karibik* con





pesce di mare, *Montana* con carne di cavallo, *Neuseeland* con agnello, *Canada* con salmone agnello e coniglio, *Andalucia* con maiale iberico, *Greece* con gamberi e calamari, *Ireland* con salmone, coniglio, orzo e avena.

Tutte le ricette sono senza cereali e/o senza glutine, altamente digeribili e adatte a cani particolarmente sensibili o affetti da intolleranze e allergie alimentari.

Quando anche lo snack è veg

Il tuo cliente attento apprezzerà i *Sensible Soft Snacks*, morbidi bocconcini a forma di cuore ideali sia come premio che come snack fra i pasti, senza zuccheri aggiunti e senza conservanti chimici. Puoi proporre anche la nuova variante vegetariana *India*, una vera delizia particolarmente adatta ai cani più sensibili di media e grossa taglia formulata con riso, piselli, mirtilli rossi americani, cocco e curcuma. (G.A.)



FOLLOW THE VEGETARIAN TREND

Rice, coconut, turmeric, peas and cranberries in the new recipe that pleases your customers and carries them to India, to complete the flavour world tour

You already know that the demand for vegetarian pet food is increasing. Vegetarian or vegan owners often do not like that their pets feed on other animals. In Italy the trend is growing: take advantage of this chance with new *Happy Dog* recipe. *Supreme Sensible India* is a delicious vegetarian recipe inspired to Indian cuisine.

AN EXPLOSION OF TASTE FOR DEMANDING OWNERS

Supreme Sensible India offers your vegetarian customers – but also other pet owners – a balanced recipe, free from wheat and many superfood ingredients, also suited for pets with food intolerance. Its formula features digestible rice and peas, with elevated intake of proteins and fibres: provide your pets with something new, besides precious omega 3 and 6 fatty acids supporting skin well-being. Show your customers the special ingredients, which represent an excellent nutritional base, also suited for sensitive dogs: American cranberries provide precious vitamins and antioxidants for excellent cell protection, coconut rich in precious fatty acids for the well-being of skin and a shiny fur and turmeric, which supports the correct digestion.

PRESENT YOUR CUSTOMERS WITH A WORLD OF FLAVOURS

Supreme Sensible India continues the gastronomic trip around the world of *Supreme Sensible* line, one of the most popular lines of *Happy Dog*. The brand origins date back to 1765, with the purchase of a small mill on river Singold, in Wehringen, Bavaria. This line ensures an excellent nutrition thanks to a carefully combined variety of natural ingredients from local farmers and noble proteins with elevated nutritional value, without preserving agents or other chemical substances. *Happy Dog* ensures recipes in line with the most recent scientific discoveries, with the best quality meat and animal proteins up to 90%.

Your customers can start their trip from Italy: *Lombardy* orange duck recipe, *Tuscany* with duck and salmon and *Piedmont* with fine chestnut. Then, the rest of the world: *Africa* with African ostrich, *Karibik* with sea fish, *Montana* with horse meat, *Neuseeland* with lamb, *Canada* with salmon, lamb and rabbit, *Andalucia* with Iberian pork, *Greece* with prawns and squids, *Ireland* with salmon, rabbit, barley and oat.

All recipes are free from cereals and/or gluten, extremely digestible and suited for particularly sensitive dogs or with food intolerances and allergies.

WHEN TREATS ARE ALSO VEG

Your attentive customers will love *Sensible Soft Snacks*, soft heart-shaped treats suited as reward or in-between meals. They feature no added sugar or chemical preserving agents. They now include new vegetarian recipe *India*, a real delicacy particularly suited for sensitive medium and large dogs. It contains rice, peas, American cranberries, coconut and turmeric.



Arte, cavalli e... toelettatura

La campionessa del Master Show 2022 si racconta in un'intervista esclusiva a Zampotta Pet Business

Ci parla di sé, e del percorso professionale che l'ha portata a vincere il Master Show 2022, Martina Fabrizi (fabrizimartina89@gmail.com).

Zampotta Pet Business: Quando si è avvicinata alla toelettatura? È sempre stato questo il suo lavoro?

Martina Fabrizi: "No, assolutamente. Anzi, non faceva proprio parte dei miei piani. Mi sono diplomata in arte ma il mio mondo era l'equitazione. Ho iniziato a montare a cavallo giovanissima a livello agonistico e in seguito ho lavorato presso alcuni tra i cavalieri più rinomati d'Italia. A 25 anni ho dovuto abbandonare ma i cavalli mi hanno lasciato un retaggio di vita importantissimo. Ho iniziato un corso di toelettatura nel 2015 su consiglio di un centro per l'impiego ma non ero molto convinta".

Z.P.B.: E quando ha capito che invece poteva fare per lei?

M.F.: "Quasi subito. Nei cavalli si ricerca l'estetica funzionale, ovvero una serie di caratteristiche morfologiche che predispongono a un movimento corretto e rendono l'animale più o meno adatto a svolgere il suo lavoro. Il mio occhio era dunque già allenato a ricercare la proporzione, cosa che insieme alla manualità sviluppata con gli studi d'arte mi ha dato un vantaggio enorme. Il corso che ho frequentato era seguito da Oscar Ripamonti, Barbara de Simoni, Simona Chelli e Chiara Piccionetti che mi hanno dato, oltre alle basi, una forte motivazione".

Z.P.B.: Terminato il corso ha iniziato subito a lavorare con Chiara Piccionetti e il suo staff. Un'opportunità che non capita a tutti.

M.F.: "Sono stata molto fortunata. Chiara aveva un posto vacante che non mi sono fatta sfuggire. Lavorando presso "Eur Toelettatura" mi si è aperto un mondo e Chiara, Nicola e i colleghi dello staff sono presto diventati la mia famiglia allargata".

Z.P.B.: E parlando di gare, qual è stato il suo percorso?

M.F.: "Sono sempre stata una persona molto competitiva. Ho iniziato presto a gareggiare, conseguendo subito un bronzo nella mia prima 'Debuttanti' con un Bedlington Terrier. Da lì in





poi ho cercato di partecipare a tutte le gare possibili. Non è stato sempre facile: Chiara e Nicola erano spesso tra i giudici e dovevo scegliere la classe a cui partecipare escludendo quelle giudicate da loro. Questo all'inizio mi sembrava uno svantaggio, invece ha fatto sì che non mi limitassi insistendo su una sola classe, sviluppando una buona versatilità. Credo che frequentare le gare sia molto importante per chiunque: sono un'occasione per confrontarsi con colleghi e giudici, mantengono la mente elastica

e danno l'opportunità di osservare cani e toelettature che difficilmente si vedono in negozio. Anche se non si sale sempre sul podio, ogni volta si torna a casa con un pezzetto di conoscenza in più. Io la vivo così, come un puzzle da comporre in cui ogni competizione rappresenta una tessera da aggiungere.

Z.P.B.: *Com'è stato vincere il Best in Show?*

M.F.: "Strano. Non ho capito molto al momento... mi sono davvero resa conto di cosa fosse successo solo il giorno dopo. Sapevo di aver fatto un buon lavoro ma avevo intorno alcuni tra i toelettatori più 'forti' del momento con dei cani bellissimi. È stato un traguardo sudato, fatto di studio e lavoro e un turbinio di emozioni difficili da descrivere. Già di per sé tornare in gara dopo due anni di fermo a causa del Covid è stato emozionante, in più quel Best in Show l'ho conquistato con un lavoro impegnativo e poi con il mio cane, la mia Mamba. E questo non ha prezzo. Ricordo benissimo il tonfo della coppa sul mio tavolo, è stato come uno schiaffo di cui senti più il rumore che il dolore. Un attimo lungo un secolo. Poi mi sono persa tra gli abbracci di mia moglie, di Chiara e di Nicola e non ci ho capito più niente".



Z.P.B.: *Se dovesse fare a sé stessa un augurio per il futuro, quale sarebbe?*

M.F.: "Mi auguro di non annoiarmi mai e di non perdere la voglia di imparare, di continuare a studiare e migliorare pur rimanendo la persona che sono. Insomma, mi auguro di non sentirmi mai arrivata".



SCOLPIRE CON LE FORBICI...

in collaborazione con Paola Acco

Ognuno di noi ha una propria 'visione' della toelettatura che può esprimere personalmente, ma come in ogni forma d'arte ci sono parametri tecnici e standard da rispettare. Quindi perché non creare un proprio stile? È questo che rende il nostro lavoro così originale e riconoscibile... Per mia personale esperienza il nostro settore, in continua crescita, ha bisogno di elementi in più per differenziarsi e staccarsi dai vecchi canoni. Ogni soggetto ha una propria anima, una propria personalità che noi come "stilisti canini" siamo chiamati a valorizzare o nascondere. In questo articolo vi mostrerò in maniera dettagliata i vari passaggi da eseguire con due diversi tagli commerciali a orsetto sulla testa del barbone.

Preparare il cane

Prima di tutto dobbiamo 'conoscere' il soggetto su cui lavoreremo: devono essere passati almeno 20/30 giorni dalla sua ultima visita in toeletta per far sì che il pelo sia cresciuto abbastanza da permetterci di lavorare ed effettuare un ottimo taglio.

Per prima cosa personalmente mi piace dedicare qualche minuto al cane per il taglio delle unghie, la pulizia dell'interno orecchie, l'eliminazione dei peli tra i polpastrelli e un'eventuale 'sgrossatura' se ce n'è bisogno.

Visto che parliamo di una razza a pelo lungo e riccio il lavaggio deve essere accurato e con dei prodotti specifici che garantiscano lucentezza, idratazione e principalmente volume. Sconsiglio di utilizzare prodotti ammorbidenti sulla testa o sul muso (solo in caso di un pelo sfibrato o molto annodato), che potrebbe provocare l'effetto opposto a quello desiderato. Sciacquiamo bene ed effettuiamo un'asciugatura con un cardatore morbido, spazzolando sia a favore che contro pelo, cosa che conferirà l'effetto volume di cui avremo bisogno al momento del taglio.

ALIOF RILOVA TANO

cell. 3335816801

aliofrilovatano@icloud.com

aliofrilovatano@yahoo.it

@aliof_rt_grooming_art



L'attrezzatura necessaria

Per ottenere ottimi risultati è bene poter contare su un kit di lavoro di alta qualità. Nel caso delle forbici devono essere realizzate in acciaio inossidabile temperato di alta qualità con lame precise e bordi affilati a mano, con un design ergonomico, impugnatura antiscivolo e poggiatesta integrato per un maggiore comfort, per consentire un taglio preciso e rilassato. Effettuando questi tipi di lavoro si devono evitare assolutamente gli sforzi su dita, polsi e braccia causati da movimenti ripetitivi durante il taglio, dunque è necessario l'utilizzo di una forbice con una comoda impugnatura e con viti regolabili per il giusto livello di tensione.

Gli altri attrezzi consigliati per questo tipo di taglio sono:

- Forbice curva: con 20-30 gradi di angolazione nella punta, manico in alluminio aeronautico (che garantisce leggerezza), una durezza di 60-62 HRC, un peso netto di 35-40 g e 15/16 cm di lunghezza.
- Forbice dentata o per sfoitare: curva o dritta, realizzata in acciaio inossidabile (preferibilmente 440c), da 55-65 denti affilati a V con un tasso di assottigliamento del 25%, lunga 15/17 cm e con un peso netto di 40-65 g.
- Pettine: in acciaio inossidabile con angoli arrotondati per prevenire l'attrito e ridurre la rottura del pelo, senza cuciture e liscio in modo che non si impigli nel manto, dai 17 ai 22 cm di lunghezza e 1/2 grammi di peso.



La toelettatura commerciale della testa sul barbone: variante orecchie lunghe

(1) La parte più importante sulla quale ci dobbiamo concentrare è il muso, poiché l'espressione che dobbiamo riuscire a creare è fondamentale. Una delle caratteristiche evidenti di questo stile è la barba molto corta, quasi nulla, cosa che dipende comunque dalle proporzioni del soggetto. La barba può essere toelettata in due modi: a macchinetta o a forbice.

(2) Il pelo della canna nasale non va eliminato ma quello davanti agli occhi va tolto nella sua totalità, tanto da poter creare uno sguardo penetrante ma allo stesso tempo dolce ed allegro. Con l'aiuto delle forbici tratteremo una linea orizzontale che ha come punti di riferimento gli angoli esterni degli occhi.

(3) Non ci deve essere stacco tra testa e muso: bisogna riuscire a creare un cerchio bello, tondo e preciso (circle face).

(4) Una volta individuato il centro del cerchio della testa del cane (in mezzo agli occhi/stop) con le forbici dobbiamo creare una mezzaluna che parta dalla zona inferiore del baffo e si fermi all'attaccatura dell'orecchio, creando così un sorriso dal basso verso l'alto. Da lì, continuando sulla stessa linea, modelleremo la testa, che dovrà essere alta e voluminosa.

(5) Le orecchie si devono staccare dalla 'rotondità' appena creata, effetto che si può ottenere in vari modi: orecchie pari, orecchie cotonate, decorate o a conchiglia. Queste ultime devono essere lavorate dal basso verso l'alto, creando un effetto a mezzaluna.



Precisione sul muso (versione muso tondo)

Vorrei sottolineare uno degli aspetti che considero tra i più importanti in assoluto. Mi riferisco al perfezionare il muso del cane, curando dettagli che possono sembrare insignificanti. Partiamo dalla prospettiva frontale per poter determinare la simmetria. Il mio punto di riferimento è il tartufo, da lì pettino i peli verso l'esterno. Poi procedo con le forbici curve (si presuppone che la barba sia già toelettata come spiegato precedentemente), eseguendo un taglio preciso e veloce dei peli situati sulla canna nasale del cane in orizzontale (si utilizza la forbice curva per conferire un minimo di angolazione). Dopodiché mi occupo delle imperfezioni con la forbice dentata, rifinendo i peli che 'escono' e arrotondando con ogni movimento della forbice (controllando che la parte destra e sinistra abbiano la stessa simmetria). Sappiamo di aver finito il lavoro nel momento in cui vediamo che il risultato è ottimo, con linee molto raffinate e armoniose.



Come cotonare le orecchie lunghe

Occorre disporre di una lacca (leggera, senza alcool) per fissare la forma che andremo a dare con le nostre mani. Una volta snodate le orecchie con il pettine adatto, posizioniamo la bomboletta a una distanza approssimativa di 15/20 cm, puntando verso la parte inferiore dell'orecchio, e spruzziamo. Intanto con il palmo



delle mani muoviamo verso l'alto solo le punte del pelo dell'orecchio, finché iniziamo a vedere il risultato desiderato (possiamo anche semplicemente dare una forma ondulata strizzando i peli come se stessimo strizzando una spugna, ma molto delicatamente). Le orecchie possono risultare più o meno cotonate, dipenderà della vostra immaginazione e gusto personale.

La toelettatura commerciale della testa sul barbone: variante orecchie dentro la testa

(1) Quando si lavora su questo tipo di taglio è importante la precisione. Fondamentale è ottenere la rotondità su tutta la testa del cane senza lo stacco delle orecchie come nel taglio precedente (se vogliamo effettuare questo taglio su un cane toelettato con lo stacco delle orecchie si consiglia di far aspettare minimo 3/4 settimane, dopodiché iniziare a lavorare per dare alla testa la forma a fungo).

Per questo tipo di taglio si lascia invece un leggero stacco del muso, sempre tondo, per renderlo più armonioso. Gli occhi si devono scoprire come nel taglio precedente.

(2) Iniziando dalla parte inferiore si controlla dove finisce l'orecchio e si parte da questo punto per portare la lunghezza del pelo dell'orecchio al minimo, ma lasciando il volume della parte esterna.

Si sale poi verso la parte superiore della testa ma continuando ad arrotondare, ed è ora che dobbiamo introdurre l'orecchio dentro la testa (quello che precedentemente era lo stacco dell'orecchio, adesso è un insieme).

(3) Una volta toelettate le parti laterali e frontale del cane manca la parte superiore della testa, che dovrà essere trattata con molta accuratezza, perché si può correre il grave rischio di ottenere una forma ovale anziché tondeggiante. Per conferirle una forma tonda, dobbiamo abbassarla leggermente arrotondando con una forbice dentata ad ogni passaggio, rispettando la direzione da seguire come mostrato nell'immagine 3 (dall'alto verso il garrese).

(4) Eseguendo questo tipo di taglio, a seconda delle esigenze del proprietario del cane, possiamo anche optare per la variante con topknot. In questo caso per fare il ciuffo dobbiamo partire dagli angoli esterni degli occhi e procedere verso l'alto.

Si tratta di un taglio molto apprezzato dai proprietari, elegante e sofisticato, che mette in risalto molte qualità del viso del cane conferendo uno sguardo profondo e tenero.



ALIOF RILOVA TANO

In arte "Ali", inizia la sua carriera all'Avana come tecnico veterinario, proseguendo la stessa professione al suo arrivo a Roma. Nell'ambito della toelettatura i suoi primi passi sono stati da autodidatta, ma fin da subito è diventata la sua passione. Cresce professionalmente grazie ai corsi di formazione a livello internazionale. Partecipa e vince diverse gare internazionali dal 2014, per approdare poi in Brasile e vincere la medaglia di bronzo al Master Grooming nel 2018 nella categoria "Barbone Open". Nel Maggio 2022 partecipa e vince al Master Show Italia, medaglia d'oro nella categoria "Barboni Open Class" e si aggiudica i titoli di Campione Italiano e di Campione Internazionale nella suddetta categoria. Esprime tutta la sua forma d'arte in maniera innovativa, fuori dagli standard classici, proprio perché è interprete unico della sua ispirazione. Da molti anni collabora con il corpo docente della Over Line Academy, tenendo corsi e stage di formazione.



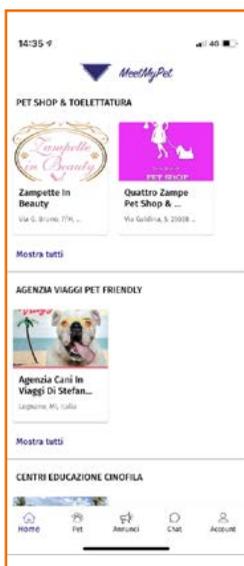
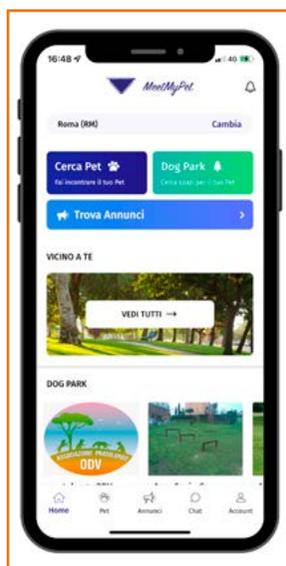
LA COMMUNITY A 6 ZAMPE

Cercare nuovi amici, ricevere consigli utili, incontrare i professionisti del settore e perfino... trovare l'anima gemella

Se pensi che il tuo cliente stia cercando altri proprietari di cani e gatti per condividere esperienze e socializzare insieme ai loro quattrozampe, allora puoi proporgli di dare un'occhiata a *MeetMyPet*.

Come scoprirai, si tratta di un'app pensata a sei zampe, un social network che mette in contatto persone con la stessa passione per gli animali, aziende e professionisti specializzati nel mondo del pet. L'obiettivo è quello di offrire in un unico luogo tutti i consigli, i contatti e le informazioni utili ad assicurare salute e benessere a cani e gatti che vivono nelle famiglie italiane.

Forte di questa mission, *MeetMyPet* si è allargata a oltre 220 nuove aziende affiliate e ha raddoppiato il numero di utenti unici, sfiorando quota 9.000. Ha intrapreso inoltre una collaborazione con la catena di pet shop L'Isola dei Tesori e con Facile.it, per rendere più immediata la ricerca di un servizio relativo ai prodotti assicurativi per animali domestici.



Il mondo che si apre con pochi clic

Scaricando la app *MeetMyPet* il tuo cliente potrà trovare consigli sulla salute e l'alimentazione, cercare nuovi amici per le passeggiate o anche il compagno giusto per il suo amico a quattro zampe.

Inoltre i proprietari possono conoscersi, condividere foto, fare domande, mettere like e parlare direttamente tramite chat con persone con la stessa passione, incontrare professionisti e aziende del settore.

E anche, perché no, incontrare l'anima gemella.



15 ANNI CON IL SEGNO +

L'evoluzione del rapporto tra gli italiani e i loro pet si traduce in una maggiore cura da parte dell'industria nel creare un'offerta di prodotti diversificata e adatta alle loro necessità

Come è cambiato il mondo pet negli ultimi 15 anni? Anche senza troppi studi, puoi rispondere facilmente con una parola: tantissimo. La tua esperienza di negoziante ti dice che questo universo ha subito enormi cambiamenti dal 2000 in avanti. Ma nel dettaglio? Possiamo andare a vedere l'ultima edizione del *Rapporto Assalco-Zoomark*, la pubblicazione annuale che rappresenta un punto di riferimento per chiunque si occupi di animali d'affezione e che in occasione della XV edizione ha proposto una riflessione più approfondita sull'evoluzione delle abitudini d'acquisto dei proprietari di pet dal 2007 ad oggi.



ASSALCO
www.assalco.it

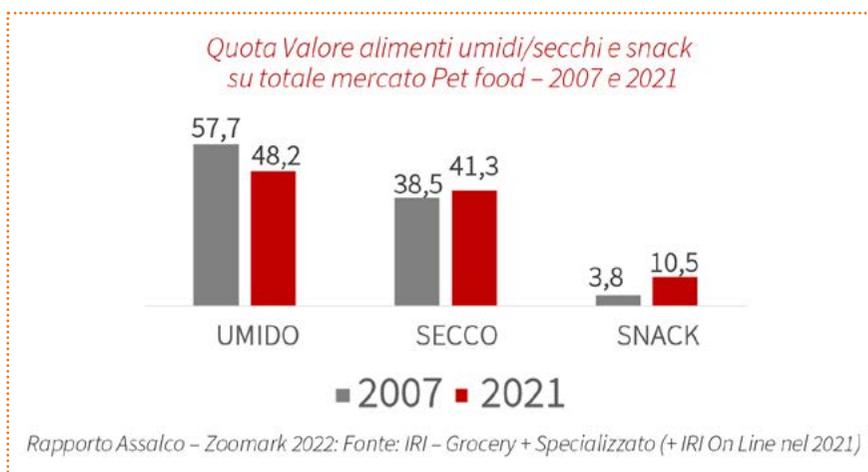
Fatturato raddoppiato nel pet food

Nel periodo 2007-2021 il mercato del pet food ha più che raddoppiato il fatturato passando da 1.163 milioni di euro a 2.533 milioni di euro, con un tasso di crescita medio annuo delle vendite a valore del +5,7%. La progressione a valore superiore rispetto ai volumi è stata sostenuta dallo sviluppo dei prodotti premium e superpremium che veicolano elementi di servizio, innovazione e una sempre maggiore attenzione ad un'alimentazione dei pet attenta al benessere. In termini di ripartizione delle vendite, si è ridotta notevolmente la distanza tra gli alimenti secchi e umidi e hanno assunto maggior rilevanza gli snack: quindici anni fa si affacciavano sul mercato i primi snack per gatti, oggi è una categoria che registra circa il 40% di penetrazione.

I principali trend degli ultimi anni riguardano la richiesta di prodotti monoproteici, gluten o grain free e con ingredienti biologici, naturali e di tipo olistico. I prodotti presenti oggi sugli scaffali,

a differenza del passato, tendono a essere specifici oltre che per animale e razza, anche per i diversi stili e fasi di vita. Da parte loro, le aziende hanno puntato molto sulla ricerca e lo sviluppo, realizzando prodotti con materie prime caratterizzanti o insolite, utilizzando tecniche rinnovate alla ricerca di specifici obiettivi nutrizionali. Molti brand hanno puntato inoltre sul "riconoscimento" scientifico dell'efficacia dei propri prodotti e sul supporto di medici veterinari.

Nel contempo si nota anche la volontà di rendere le ricette più vicine per aspetto e profumo a



prodotti destinati al consumo umano, al fine di riflettere le nostre abitudini alimentari in quelle dell'animale, soddisfacendo bisogni di varietà, freschezza e buona cucina.

Pet care e nuove professioni

Anche il settore del pet care negli ultimi quindici anni ha subito un'importante evoluzione, grazie allo sviluppo e all'utilizzo di nuove tecnologie. Uno dei segmenti più in crescita è quello dell'igiene, il che sottolinea l'importanza riservata alla convivenza con l'animale. Si registrano inoltre novità nel mercato dei giochi: i proprietari prestano grande cura e attenzione alla scelta fra alternative educative, sicure e funzionali per trascorrere del tempo di qualità con i loro amati pet. Si osserva poi una crescente domanda di prodotti specifici per ogni esigenza: dai guinzagli ai cappottini, passando per la cura e l'estetica.

Sono nate nuove professioni che ruotano attorno al benessere degli animali. Un esempio è quello del toelettatore, con parallelo sviluppo del mercato dei prodotti necessari, una crescita dovuta sia alla richiesta dei proprietari che all'aumento di specializzazione dei toelettatori professionisti.

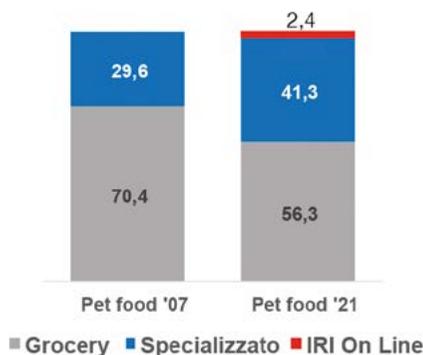
Anche la professione veterinaria ha iniziato un percorso di evoluzione attraverso la concentrazione delle strutture (Corporate Clinics), la relativa digitalizzazione e diversificazione, con il passaggio da un focus esclusivo sulla cura dell'animale a una maggiore attenzione alla prevenzione e al practice management.

Il ruolo del pet shop

Negli ultimi quindici anni sono profondamente cambiati i canali distributivi del pet food. Se nel 2007 il grocery assorbiva il 70% delle vendite e il restante 30% era appannaggio del canale specializzato, nel 2021 il grocery ha ridotto il suo peso al 56,3%, lo specializzato è salito al 41,3%, anche grazie allo sviluppo delle catene petshop ed è comparso il canale on line, che in pochi anni ha conquistato il 2,4% del fatturato complessivo. Si rileva anche la nascita del nuovo petshop GDO, caratterizzato da un elevato livello di servizio con personale qualificato, servizio di toelettatura e a volte veterinario.

I pet shop tradizionali hanno visto un ampliamento della rete (da 3.161 punti vendita nel 2007 a 4.857 nel 2019) e hanno ben conservato la loro identità di mercato, grazie alle caratteristiche di servizio personalizzato al cliente, alla specializzazione di assortimenti sempre più profondi con alta marginalità dell'offerta, riuscendo a difendere la propria posizione competitiva.

Quota Valore principali canali distributivi sul totale mercato Pet food - 2007 e 2021



Rapporto Assalco - Zoomark 2022. Fonte: IRI

Nuove sfide anche per il tuo negozio

Il settore del pet food è chiamato oggi ad affrontare nuove sfide. Oltre a dover differenziarsi ed emergere tra i competitor, il comparto deve oggi dimostrare più di prima la salubrità e la bontà dei propri prodotti e riuscire a mantenere uno standard di qualità molto alto. È quindi necessario che rafforzi il supporto allo sviluppo tecnologico, all'informazione, all'innovazione di prodotto, utilizzando sempre più materie prime sostenibili e adottando packaging a impatto zero. L'ambiente e la fornitura (sostenibile) di materie prime saranno le sfide più difficili dei prossimi quindici anni.

ASSALCO

L'Associazione Nazionale Imprese per l'Alimentazione e la Cura degli Animali da Compagnia riunisce le principali aziende dei settori Pet Food & Care che operano in Italia. Le aziende che ne fanno parte rappresentano oggi la quasi totalità del mercato nazionale degli alimenti per animali da compagnia. A livello europeo, ASSALCO aderisce a FEDIAF The European Pet Food Industry.



IL PRIMO CONSULENTE

Offrire al cliente un servizio a 360 gradi fornendo il prodotto e il consiglio adatti a soddisfare l'esigenza specifica del suo amico a quattro zampe

"Non ho mai visto un negozio così ben fornito". È la prima impressione di molti clienti quando entrano per la prima volta da Zoo Paradise, a Rimini. Effettivamente, in poco più di 200 metri quadrati, è concentrata con cura e attenzione una grande varietà di prodotti per cani, gatti, roditori, pesci, uccellini... nessuno escluso.



Abbiamo visitato il punto vendita la scorsa estate - sempre aperto anche in pieno agosto - e girando tra i vari settori, fra clienti del posto e turisti (gente che parlava un po' italiano, un po' francese, un po' tedesco...), abbiamo davvero apprezzato la completezza dell'assortimento. Zoo Paradise ha una propria identità ben precisa: offrire un servizio a 360 gradi al proprietario pet, essere il primo consulente del cliente, senza ovviamente volersi sostituire al veterinario, e fornire il prodotto specifico che soddisfi l'esigenza puntuale dell'amico a quattro zampe.

Clienti fidelizzati... ma anche turisti

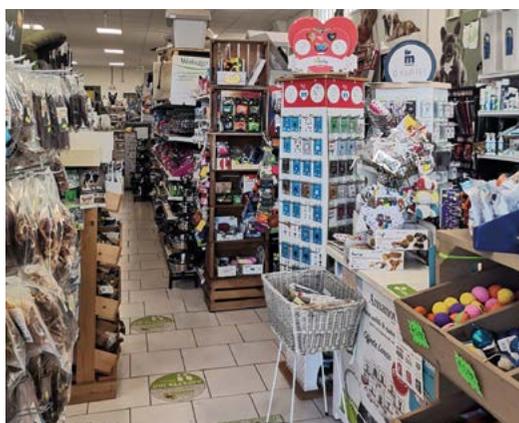
Zoo Paradise è nato nel 2015 a Rimini da un'operazione di ristrutturazione di un'officina per la lavorazione del ferro. Laura Re-



ZOO PARADISE RIMINI
tel. 0541776395
www.zooparadise.it
zooparadiserimini@libero.it



gidoro e Mauro Mami hanno intuito che lì poteva sorgere un'attività legata alla loro grande passione, gli animali. E sono stati premiati da una clientela del posto che è diventata sempre più fedele, oltre che da una nutrita schiera di turisti che frequentano la costa romagnola in vacanza con i loro amici a quattro zampe, come una famiglia francese che torna tutte le estati ed è ormai annoverata fra la clientela fissa. I due titolari non potrebbero essere più diversi, ma hanno messo a frutto questa loro peculiarità per andare a intercettare proprietari pet con caratteristiche, richieste ed esigenze differenti. "Il mercato della zona di Rimini non è facile" - spiega Laura - "sono molti i negozi presenti e quindi abbiamo cercato di diversificarci puntando sulla completezza di gamma, sul contatto umano e sulla competenza professionale. L'ampiezza di assortimento ci per-



mette non solo di andare incontro alle esigenze del cliente, ma anche talvolta di ampliare i suoi bisogni. Un acquirente entra per comprare le crocchette... e si innamora di un guinzaglio o di un cappottino". O di uno dei tanti prodotti un po' particolari e sfiziosi: l'occhiale da sole per il cane, il cappellino, il salvagente, la calzina, il vestito, il gioco, ma anche il gelato, il dessert e lo yogurt, la torta con spumante per il compleanno o il panettone per Natale ("sono andati a ruba", ci racconta Mauro) e più di 500 medagliette che il proprietario pet può personalizzare con la propria incisione.

Puntare sull'assortimento di qualità

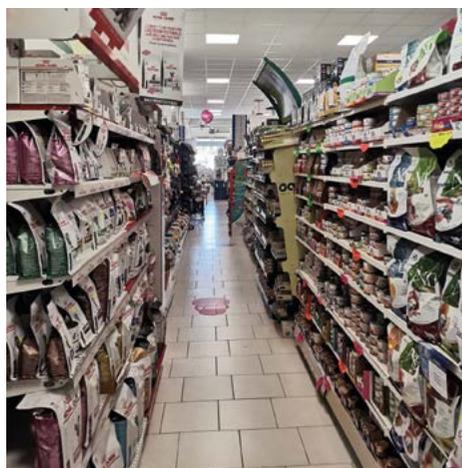
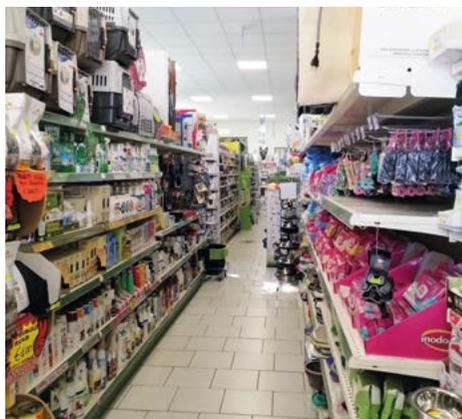
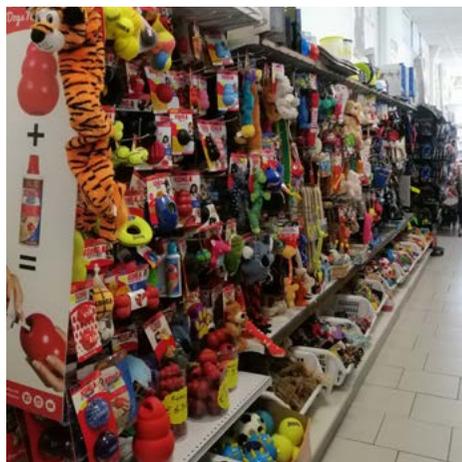
Zoo Paradise è un punto vendita che si rivolge specialmente a chi cerca la qualità sia dei brand più noti che dei prodotti di nicchia, come alcune realtà artigianali del territorio (ad esempio laboratori che preparano torte artigianali di compleanno o per festeggiare giorni speciali). E mentre il cliente viene informato e consigliato, al suo amico peloso non mancano le coccole da parte di Laura e Mauro, una carezza e un premietto. Spesso sono gli stessi cagnolini a "tirare" quando passano, per entrare in negozio...

L'assortimento annovera le migliori marche di alimenti selezionati per garantire ogni esigenza alimentare e rispondere su misura a fabbisogni nutrizionali specifici. Una vasta scelta di accessori, un'intera parete di guinzagli, collari, pettorine e poi cucce per il cane o per il gatto di tutte le forme e di tutti i tipi. E per il tempo libero tantissimi giochi da rosicchiare e strapazzare in materiali resistenti, a prova di morso e soprattutto non tossici, così da non incorrere in sgradevoli sorprese: dalle classiche palline per cani ai giochini da muro per gatti, utili per farli divertire e per mantenerne i riflessi sempre allenati, oltre a peluche, giochi in gomma e pupazzi. I prodotti per la cura di igiene e benessere sono adatti anche alle pelli più delicate e soggette ad allergie o irritazioni e ad essi si affiancano anche diversi parafarmaci.

Social, sito e passaparola

Il sito www.zooparadise.it e le pagine social seguono la stessa direzione della filosofia aziendale, cioè non quella di vendere online ma piuttosto di informare e attrarre la clientela in negozio. Il sito promuove proprio per questo uno sconto speciale riservato ai nuovi acquirenti. La pagina Facebook fornisce informazioni utili e consigli sulla cura degli animali, oltre a notizie curiose. Vengono poi organizzate (e funzionano davvero bene) giornate promozionali ed eventi speciali con alcuni dei principali brand, presentazioni di prodotti con sconti speciali sulle linee dedicate e iniziative benefiche per canili e gattili.

"Ma la vera promozione" - conclude Laura - "è il passaparola: chi si trova bene da noi, torna e porta gli amici".





L'ACQUARIO SOSTENIBILE

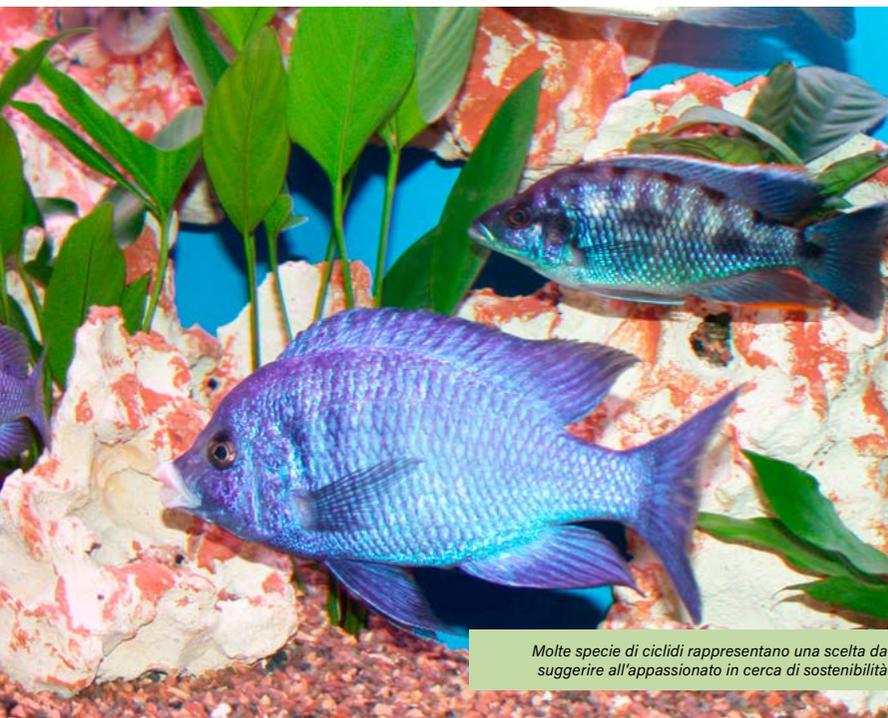
Sostenibilità è un termine sempre più ricorrente nelle nostre vite. I recenti eventi e la necessità di ridurre i consumi elettrici pongono nuove difficoltà nella gestione degli acquari domestici

VALERIO ZUPO

L'acquario e i suoi consumi

I recenti eventi internazionali costringono i governi europei ad azioni drastiche nella gestione dei consumi energetici. In questo complesso autunno, tormentato da vicende politiche ed economiche, il nostro governo considera una riduzione dei consumi elettrici tra il 7 e il 15% rispetto agli anni precedenti. E siamo solo all'inizio. Senza dubbio ad essere penalizzati saranno i consumi non essenziali e gli hobbisti saranno bersagliati da messaggi che suggeriscono di ridurre il consumo di energia elettrica, compreso quello dell'acquario domestico. Gli acquari infatti potrebbero porre un problema di coscienza, considerando che si tratta dell'unico segmento pet che richiede un consumo di energia elettrica talvolta non trascurabile: si consuma per l'illuminazione, l'aerazione, il filtraggio e principalmente per la termoregolazione. Tutto questo potrebbe indurre un certo numero di appassionati "responsabili" a fare un passo indietro, nel nome della sostenibilità.

È importante dunque che il negoziante specializzato sia preparato su questi argomenti per poter tranquillizzare il cliente e indirizzarlo su scelte consapevoli. Un acquario può essere gestito in modo sostenibile riducendo i consumi diretti di elettricità e



Molte specie di ciclidi rappresentano una scelta da suggerire all'appassionato in cerca di sostenibilità





CONTROLLARE L'ACQUA? ... È INDISPENSABILE



PRODAC TEST

Ogni acquario è un meraviglioso ecosistema e per garantire i suoi equilibri ottimali, l'acqua va controllata periodicamente.

PRODAC offre una linea di tests per condurre in maniera autonoma, semplice e precisa un'accurata analisi dei principali parametri dell'acqua: pH (acqua dolce e marina); GH; KH; NO₂; NO₃.

www.prodac.it - info@prodac.it

Follow us:



valutando attentamente tutta la filiera che consente di ottenere accessori e mangimi di buona qualità senza sacrificare l'ambiente. Ovviamente molti utenti si stanno convertendo al fotovoltaico o all'energia eolica e questo in molti casi renderà meno doloroso il problema dei consumi.



L'acquario marino mediterraneo richiede un refrigeratore, accessorio che rappresenta il principale elemento di consumo energetico nei mesi estivi

Tuttavia l'atmosfera di austerità che regna in questo periodo potrà produrre crisi di coscienza se il negoziante non provvederà a gestire in modo chiaro e trasparente l'argomento. Analizziamo dunque questo tema per definire possibili soluzioni tattiche e tecnologiche.

Gli accessori fondamentali: illuminazione

Fatta eccezione per alcuni acquari di barriera forniti di plafoniere potentissime che spiccano per le centinaia di watt/ora consumati, l'illuminazione è probabilmente quella parte del bagaglio tecnologico che meno influisce sui consumi ma che si fa notare, per la

quale ci si chiede più spesso se richieda molta energia. Bisogna lavorarci, per portare al massimo l'efficienza energetica senza sacrificare la performance.

Innanzitutto è giunto il momento, nel caso in cui non si sia già provveduto, di passare ai led. La loro efficienza energetica è infinitamente maggiore rispetto a quella dei neon e ridurre di circa due terzi i consumi senza sacrificare i risultati costituirà certamente un punto guadagnato per il successo degli acquari. Come per i neon, usare una plafoniera riflettente permetterà di raddoppiare virtualmente la quantità di luce che raggiunge il fondo dell'acquario. Suggeriamo dunque senza esitazioni queste soluzioni tecniche, per garantire luce a sufficienza senza accrescere i costi energetici. Inoltre, anche nel caso dei led, sarà bene studiare accuratamente lo spettro luminoso emesso e adottare soluzioni che garantiscano PAR (photosynthetic active radiation) elevate con consumi ridotti. Alcuni led di bassa qualità, infatti, producono grandi quantità di radiazioni gialle, verdi o di altre lunghezze d'onda poco utili per le piante e le zooxantelle degli organismi marini: in pratica l'acquario ci appare molto ben illuminato ma la quantità di radiazioni fotosinteticamente attive è bassa. Questo ci costringe ad accrescere le potenze per raggiungere risultati accettabili, aumentando così i consumi elettrici. Spendere qualche euro in più per distribuire plafoniere di elevata qualità servirà dunque a ridurre i consumi e produrrà soddisfazione e serenità nel cliente in questo particolare periodo.

Senza dubbio ad essere penalizzati saranno i consumi non essenziali e gli hobbisti saranno bersagliati da messaggi che suggeriscono di ridurre il consumo di energia elettrica, compreso quello dell'acquario domestico

Acqua calda, acqua fredda

Gran parte dei consumi elettrici di un acquario sono imputabili ai sistemi di termoregolazione. Riscaldare l'acqua costa e raffreddarla costa ancora di più. Ridurre gli scambi termici potrà quin-



di costituire un aiuto concreto per garantire bassi costi energetici. Un risultato eccellente si può ottenere usando acquari in vetrocamera: sia in fase di riscaldamento che in quella di raffreddamento questi acquari garantiscono riduzione degli scambi termici. Tuttavia si possono ridurre molti scambi mediante semplici accorgimenti tecnici. Sappiamo infatti che il freddo viene perso soprattutto sul fondo, mentre il caldo si dissipa in superficie. Utilizzare un supporto per la vasca dotato di un generoso strato di gomma vacuolata o di polistirolo espanso permette certo di tagliare una parte dei consumi per la termoregolazione. Utilizzare un coperchio in vetro, che d'inverno riduca gli scambi di calore in superficie, servirà di pari a ridurre i consumi elettrici anche di un terzo, per quanto attiene al riscaldamento. Anche i possessori di magnifici acquari aperti potranno dunque trovare vantaggioso, nei mesi invernali, disporre una spessa lastra di vetro sulla superficie della vasca, per sentirsi meno "pesanti" sul pianeta. Si tratta di un sacrificio limitato, considerando i vantaggi e tenendo presente che d'estate potremo eliminare il coperchio e ripristinare la fresca e cristallina vasca aperta. Infine potremo trovare vantaggioso disporre sulla parete posteriore, dietro lo sfondo, un foglio di polistirolo. Avendo in questo modo quasi azzerato gli scambi di tre pareti su sei, avremo anche dimezzato i costi energetici per la termoregolazione.



Le flabelline, come altri nudibranchi, necessitano di temperature sufficientemente basse, cosa che comporta discreti consumi energetici

Il filtro e gli altri accessori

In generale il filtro consuma pochissimo, ma non bisogna sottovalutarlo, perché è un accessorio acceso 24/24 ore. Anche pochi watt di differenza in una pompa centrifuga possono dunque influire sul budget energetico annuale. Il negoziante sa bene che esistono pompe centrifughe di diversa efficienza (anche se in genere non ha voglia di occuparsene) ma è questo il momento di farlo. Si noterà che talvolta due pompe da 500 litri/ora sono caratterizzate da consumi molto diversi, dai 4 ai 12 watt. Scegliere quella più efficiente (e farlo notare al cliente) potrà giocare a favore del negoziante coscienzioso. Altri accessori accesi di continuo possono contenere pompe poco efficienti, come nel caso degli schiumatoi. In questo caso certamente non si potrà ridirigere la scelta in base alla potenza delle pompe (a causa di una serie di fattori che influenza la loro efficienza) ma potremo ad esempio optare per sistemi mono-pompa, che possono avere efficienze paragonabili a quelli bi-pompa riducendo di quasi la metà i consumi.

Di pari potremo modulare i consumi degli accessori della sump. È consuetudine per molti appassionati usare pompe di sollevamento superdotate, che trasportano varie migliaia di litri d'acqua all'ora. Tuttavia queste non sono indispensabili (in alcuni casi sono addirittura controproducenti) e sostituire una pompa da 8.000 litri con una da 1.200 potrà più che dimezzare i consumi, conducendo a concreti risparmi energetici nel corso dell'anno.

Ovviamente vi sono molti altri elementi sui quali potremo concretamente lavorare ma in questo momento l'importante è cominciare, per dimostrare al cliente attenzione e sensibilità ambientale, oltre che per prevenire eventuali defezioni. Tutto ciò servirà anche in futuro a rendere i nostri acquari sostenibili ed efficienti.





DA UNA VASCA ALL'ALTRA: ACCLIMATARE I PESCI - II PARTE

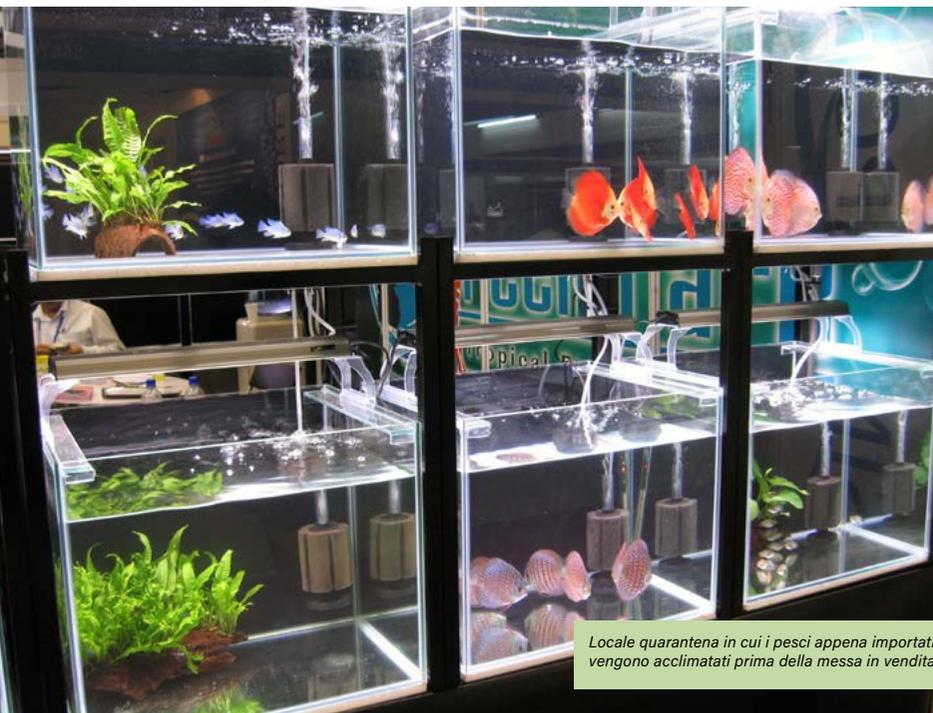
L'acclimatazione dei pesci viene spesso sottovalutata, effettuata senza le precauzioni necessarie per evitare o ridurre al minimo i fattori di stress alla base di buona parte delle malattie dei nostri amici pinnuti...

ALESSANDRO MANCINI

Colpa dello stress

Accade spesso che, nonostante tutte le precauzioni adottate dai fornitori (vedi prima parte di questo articolo, *Zampotta Pet Business*, settembre, pag. 98), arrivino in negozio dei soggetti apparentemente sani che, dopo essere stati rilasciati in vasche dai valori fisico-chimici impeccabili e ben avviati, nelle ore seguenti si rivelino ammalati. Colpa del trasporto, quindi, purtroppo spesso sottovalutato dal negoziante.

Ciò è paradossale, se pensiamo che una buona parte delle patologie riscontrabili negli acquari dei negozi nelle 24-48 ore seguenti all'introduzione di nuovi esemplari è dovuta il più delle volte proprio allo stress subito da questi ultimi durante il trasporto e il cambio di vasca. Lo stress abbassa infatti le difese immunitarie dell'animale, predisponendolo all'attacco di germi e parassiti che su un soggetto sano e in perfette condizioni fisiche difficilmente sarebbero patogeni. La



Locale quarantena in cui i pesci appena importati vengono acclimati prima della messa in vendita



temperatura dell'acqua è uno dei principali fattori che influiscono sul metabolismo e sul consumo di ossigeno durante il trasporto: per ogni aumento di 10 °C della temperatura, il consumo di ossigeno raddoppia. Se il pesce è agitato consuma più ossigeno e si stressa maggiormente, per questo è sempre bene aprire i box con i sacchetti di trasporto a luce spenta, in penombra o luce attenuata. Un altro problema riguarda l'anidride carbonica e le conseguenze che un suo costante aumento comporta nell'ambiente del sacchetto. Con il trasporto, la CO₂ prodotta dalla respirazione dei pesci acidifica l'acqua e, anche se ciò riduce la percentuale dell'ammoniaca (ricordiamo che nel rapporto ammonio/ammoniaca la seconda, assai più tossica, aumenta con il pH e viceversa), diminuisce al contempo la capacità di fissare ossigeno nel sangue da parte del pesce.

Un sano digiuno

Anche il cloro non va sottovalutato: già a 0,2 mg/l esso danneggia il sistema respira-

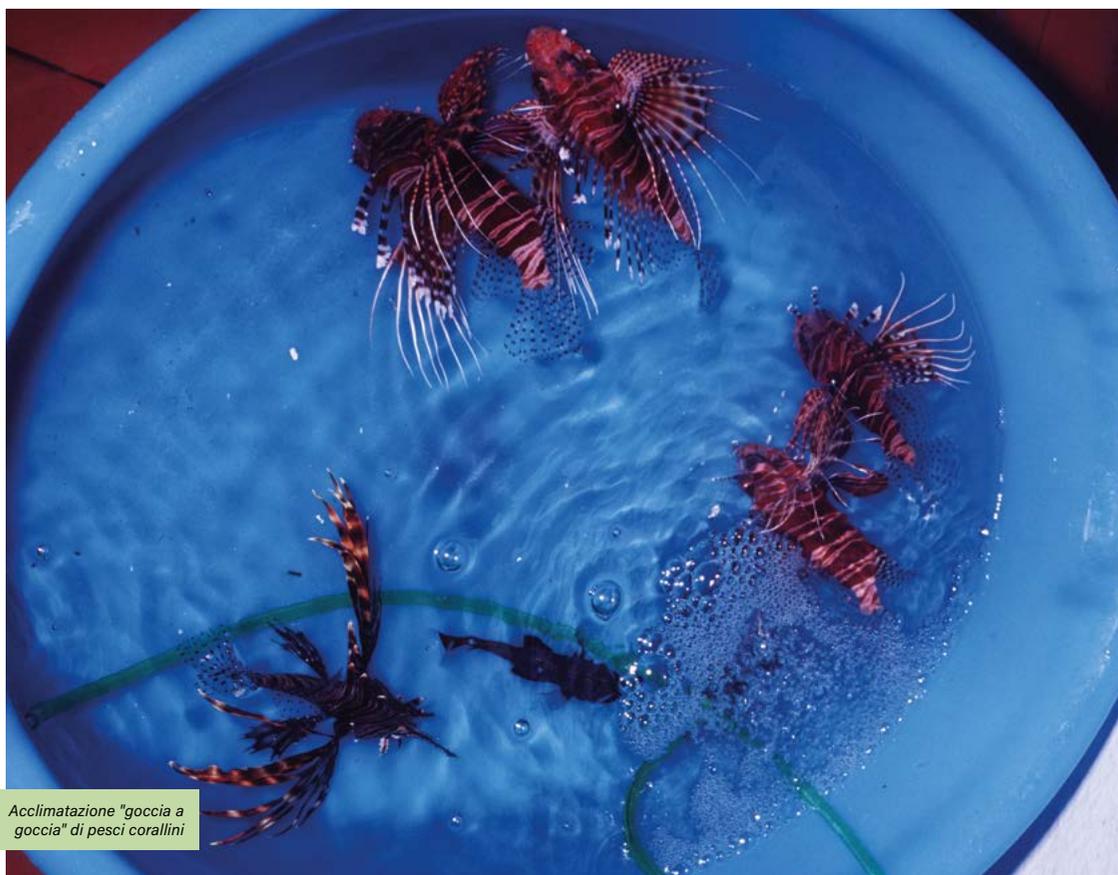


Appena aperti i box, i sacchetti vanno maneggiati con molta cura e possibilmente a luce attenuata, per ridurre al minimo lo stress a carico dei pesci

CINQUE BUONI CONSIGLI PER UNA CORRETTA ACCLIMATAZIONE DEI PESCI

- **Evitare gli shock:** se i sacchetti sono stati saggiamente oscurati o inseriti in un contenitore chiuso e quindi trasportati al buio, evitare assolutamente un brusco passaggio alla luce intensa o diretta. Aprire il contenitore in una stanza tenuta in penombra, senza luci accese o finestre aperte in pieno giorno.
- **Tramonto anticipato:** spegnere le luci dell'acquario se già non lo fossero all'arrivo dei nuovi pesci, lasciando accese solo le eventuali "luci notturne" blu.
- **Equiparare la temperatura:** lasciare il sacchetto chiuso a galleggiare per circa 5 minuti (una decina se doppio e molto spesso), dando così modo alla temperatura dell'acqua della vasca e a quella del sacchetto di uniformarsi.
- **Il "goccia a goccia":** aperto il sacchetto sempre in posizione verticale (agganciandolo eventualmente al bordo della vasca con una robusta molletta), cambiarne l'acqua con estrema lentezza servendosi di una scodellina (va bene anche il coperchio di plastica di un vecchio barattolo di mangime). Ogni quantità gettata va rimpiazzata con analoga quantità d'acqua prelevata dalla vasca. Il tutto dovrebbe durare non meno di 10 minuti cambiando approssimativamente il 10% del volume del sacchetto ogni minuto.
- **Finalmente liberi:** al termine di queste operazioni si possono finalmente rilasciare i pesci nell'acquario. L'ideale è inclinare il sacchetto consentendo al pesce di uscire spontaneamente, senza toccarlo, evitando così un ulteriore stress. Se avremo effettuato correttamente il "goccia a goccia", solo una piccola percentuale di acqua residua di trasporto finirà nell'acquario, con potenzialità di inquinamento e contaminazione ridotte al minimo.





Acclimatazione "goccia a goccia" di pesci corallini

torio dei pesci, aggravando quindi ulteriormente il problema della scarsità di ossigeno che può presentarsi durante il trasporto. Di regola il cloro è assente o quasi nelle vasche in cui vengono pescati i pesci, tuttavia alcuni esportatori usano diluire l'acqua di provenienza del pesce con acqua "fresca" (generalmente potabile), credendo di offrire un ambiente meno inquinato in partenza e dunque più favorevole nei lunghi trasporti. Lo stesso avviene nel "re-imbustamento" praticato a volte quando il pesce viaggia molto a lungo: a metà tragitto il sacchetto viene aperto, l'acqua parzialmente cambiata, e quindi richiuso con aria o ossigeno rinnovati. In questi casi l'aggiunta di acqua non preventivamente trattata con un buon biocondizionatore può rivelarsi deleteria. E a proposito di biocondizionatori, quelli di ultima generazione non si limitano a neutralizzare il cloro ed eventuali metalli disciolti, ma forniscono al pesce un'ottima protezione antistress favorendo la cicatrizzazione delle piccole lesioni da retino e la rigenerazione del muco epiteliale: aggiungerli durante l'acclimatazione è perciò sempre consigliabile.

Lo stress abbassa le difese immunitarie del pesce, predisponendolo all'attacco di germi e parassiti che altrimenti difficilmente sarebbero patogeni

Torniamo ora a parlare all'ammoniaca che, malgrado come visto sia relativamente contenuta dall'inevitabile abbassamento del pH, costituisce ugualmente uno dei maggiori pericoli durante il trasporto, soprattutto quando l'acqua di partenza è comunque di per sé piuttosto alcalina (pecilidi, ciclidi africani, pesci arcobaleno, pesci d'acqua salmastra e ovviamente tutti i pesci marini). Studi di laboratorio dimostrano che i pesci tenuti a digiuno da almeno 48 ore espellono la metà di NH_3 di quelli appena nutriti: di qui la necessità - più che l'opportunità - di non trasportare pesci che abbiano mangiato da poco, rispettando quando possibile un digiuno minimo di 24 ore (meglio 48) se il trasporto dura più dell'intera giornata.





I PARASSITI NON VANNO IN VACANZA, NEANCHE IN INVERNO

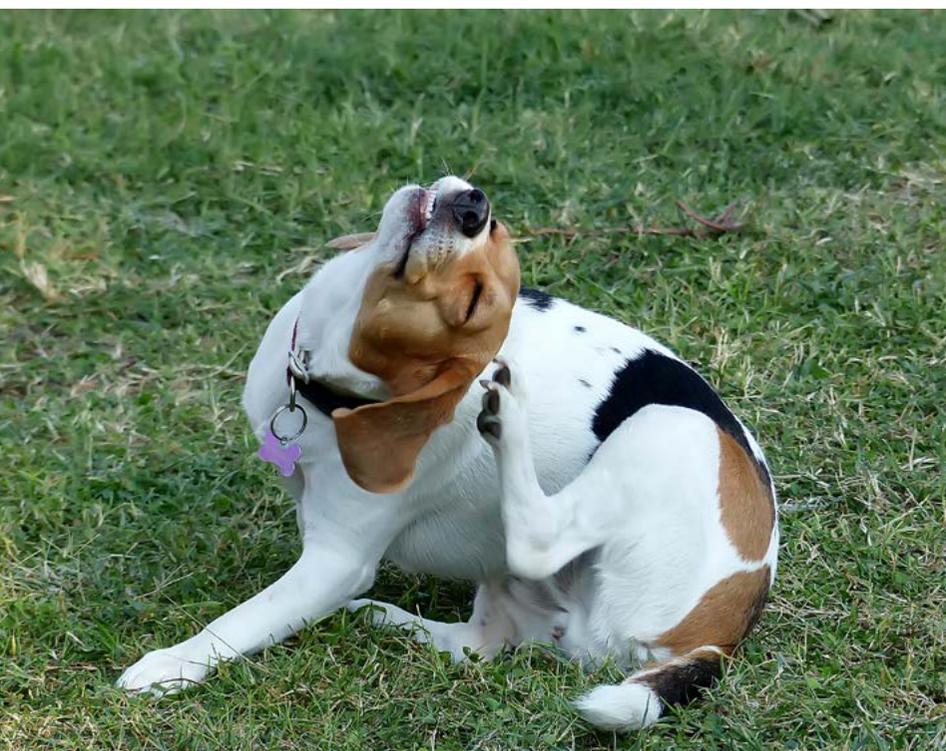
Finisce l'estate e inizia l'autunno: possiamo finalmente stare tranquilli sul fronte ectoparassiti? Scopriamolo insieme...

LINDA SARTINI

È arrivato l'autunno, stagione con temperature solitamente ancora miti, ma presto cederà il passo all'inverno. Il trimestre estivo particolarmente caldo di quest'anno è seguito a un inverno non eccessivamente rigido, pertanto gli ectoparassiti, favoriti dalle condizioni climatiche a loro più congeniali, sono stati protagonisti indiscussi arrecando problemi e fastidi a noi e ai nostri pet. Si va verso il freddo, dunque: possiamo iniziare a tirare un sospiro di sollievo e dimenticare la questione dei piccoli ospiti indesiderati, oppure no?

I parassiti non vanno in vacanza... neanche in inverno

Gli operatori del settore ormai dovrebbero saperlo: i parassiti non vanno in vacanza, neanche in inverno. Per quanto la tarda primavera, l'estate e l'inizio dell'autunno rappresentino per loro sicuramente il periodo migliore, in cui sono veramente numerosi e onnipresenti, ormai è assodato che questi nemici continuano ad affliggerci per quasi tutto l'anno, perlomeno nella maggior parte delle aree del nostro Paese, con poche e rare



eccezioni. Di conseguenza i veterinari, ma soprattutto i parassitologi, continuano a insistere a buon diritto sulla necessità di mantenere alta l'attenzione poiché, per quanto nel tardo autunno e in inverno il fenomeno sia decisamente più contenuto, il rischio permane e non deve essere sottovalutato.

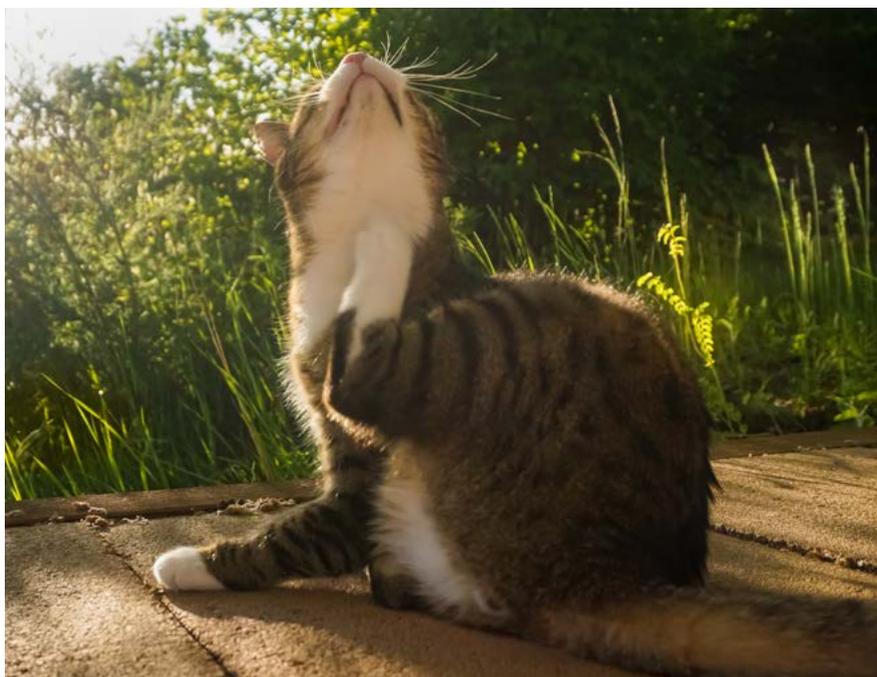
Ectoparassiti: sempre presenti

Ma quali sono gli ectoparassiti contro cui bisogna proteggere cani, gatti, conigli e tutti gli altri pet a sangue caldo? Ormai li conosciamo bene... purtroppo: pulci, zecche, acari, pidocchi, zanzare e flebotomi sono sicuramente i principali.

In inverno, almeno nelle regioni del centro nord più fredde, i flebotomi sono meno resistenti ma spesso permangono in attività nelle regioni meridionali dove anche per buona parte di questa stagione il clima si mantiene quasi primaverile soprattutto negli ultimi anni. Le zanzare sembrano resistere abbastanza bene soprattutto nelle nostre case e le pulci trovano sempre un ambiente accogliente vivendo a stretto contatto con l'ospite e rilasciando le proprie uova (che poi diventeranno larve, pupe e adulti) in particolare nelle cucce. Infine le zecche, veri "carri armati" del mondo parassitario, continuano a circolare e a pungere anche nei mesi più freddi. Anche durante la stagione invernale, dunque, è possibile che gli ectoparassiti si annidino nelle nostre case e nei pet shop che ospitano e commercializzano animali ma anche in giro, come nei parchi e nei giardini urbani. Di conseguenza, considerare l'amico a quattro zampe al sicuro non è più possibile.

Ospiti indesiderati e malattie trasmissibili

Meno ectoparassiti nel tardo autunno e in inverno dunque... ma pur sempre presenti. E non dobbiamo dimenticare che gli ospiti indesiderati non rappresentano solo un problema legato alla loro presenza, al morso o alla puntura e all'eventuale piccola sottrazione di sangue che possono compiere per nutrirsi e sopravvivere. Altri guai correlati sono il prurito, le reazioni cutanee locali e sistemiche (ad es. la dermatite allergica da morso di pulce), le infezioni conseguenti il grattamento o il mordicchiamento che aprono la strada ai batteri presenti sulla pelle e sul pelo ma soprattutto le malattie trasmissibili. Sì, certo, malattie trasmissibili, perché molti di questi parassiti possono portare con sé agenti patogeni che possono infettare o infestare l'ospite. Le pulci possono trasmettere con il morso l'emobartonella, attraverso le feci la bartonellosi e per ingestione dell'insetto intero la tenia. Le zecche invece possono veicolare numerose patologie di natura infettiva come la rickettsiosi, la babesiosi, la malattia di Lyme, l'ehrlichiosi e l'anaplasmosi. Andiamo avanti con le zanzare,



Per quanto la tarda primavera, l'estate e l'inizio dell'autunno rappresentino per gli ectoparassiti il periodo migliore, in cui sono numerosi e onnipresenti, è ormai assodato che questi nemici continuano ad affliggerci per quasi tutto l'anno



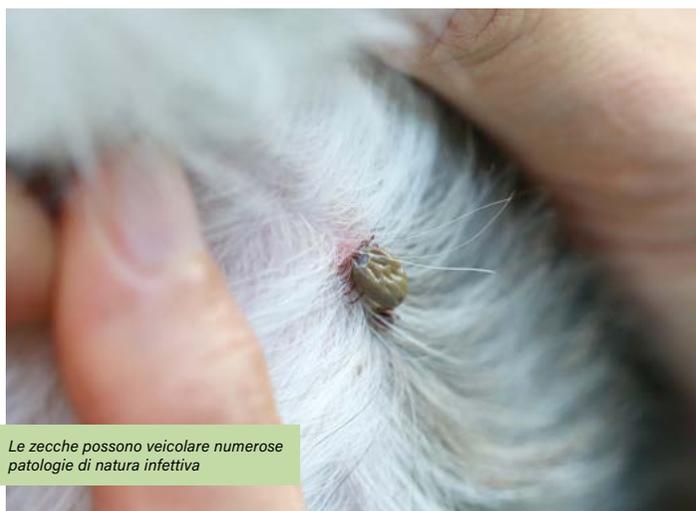
le quali sono il vettore ideale per la filariosi cardio-polmonare e quella cutanea, per la West Nile Fever e altre malattie virali. E ancora i flebotomi, ben noti per la trasmissione della leishmaniosi, grave problema principalmente per il cane che però non risparmia il gatto e altri mammiferi. Senza contare che molte di queste patologie sono trasmissibili non solo dal parassita all'animale ma anche dal parassita all'essere umano... dunque proteggere loro significa proteggere anche noi.

Protezione efficace e continua: quali consigli per il cliente?

Alla luce di quanto sopra emerge quale sia l'importanza di proteggere gli animali da compagnia sia in estate che durante tutto il resto dell'anno. Molti antiparassitari presenti in commercio sono vendibili esclusivamente in farmacia

e dietro presentazione di ricetta medico-veterinaria ma molti altri sono presenti anche sugli scaffali del pet shop o nelle parafarmacie perché di libera vendita. Prescrivibili oppure no, devono essere disponibili tutto l'anno e non sparire con l'avvento dell'inverno, cosa che accadeva fino a non molto tempo fa. Per quanto riguarda gli antiparassitari non prescrivibili, quelli che possiamo commercializzare all'interno del nostro esercizio e che il cliente può acquistare liberamente, è importante lasciare a disposizione una scelta quanto più vasta possibile, preferendo quelli a più ampio spettro in grado di coprire contro tutti i principali ectoparassiti (pulci, zecche e zanzare) diffusi durante tutto l'arco dell'anno. È fondamentale la scelta non solo perché il proprietario potrebbe essere affezionato a un prodotto piuttosto che a un altro o per questioni di prezzo, ma anche perché non sono rare le resistenze: se un determinato prodotto si dimostra inefficace su un certo animale potrebbe essere perché i parassiti che lo infestano hanno sviluppato una certa qual resistenza, pertanto cambiare ogni tanto potrebbe non essere una scelta sbagliata.

Altrettanto importante è conoscere le corrette modalità di utilizzo in modo da indicare al cliente come impiegare al meglio il prodotto poiché un'applicazione che non rispetti le istruzioni fornite dal produttore potrebbe vanificarne l'efficacia e nuocere all'animale: per quanto non sia poi così complicato leggere il foglietto illustrativo, molti proprietari si dimostrano superficiali e dare loro qualche consiglio in merito verrà sicuramente apprezzato. Gli errori più comuni? Eccone alcuni: non rispettare l'intervallo tra una somministrazione e la successiva, disperdere il contenuto dello spot-on sul pelo, non togliere il collare durante il lavaggio, applicare la pipetta subito prima o subito dopo la toelettatura, acquistare un prodotto destinato ad un'altra fascia di peso, impiegare sul gatto un prodotto destinato al cane (in alcuni casi si rischia anche l'intossicazione) e viceversa, suddividere in più dosi un prodotto e molti altri errori che con i nostri suggerimenti potrebbero essere evitati.



Le zecche possono veicolare numerose patologie di natura infettiva

Per quanto riguarda gli antiparassitari non prescrivibili, che si possono commercializzare all'interno dei pet shop e acquistare liberamente, è importante lasciare a disposizione una scelta quanto più vasta possibile, preferendo quelli a più ampio spettro in grado di coprire contro tutti i principali ectoparassiti





È VERO CHE...

Continua la nuova rubrica che vuole aiutare il gestore del pet shop a rispondere a ogni quesito, anche il più strano, posto dal cliente curioso e appassionato

LORENA QUARTA

È vero che tutte le cagne hanno le gravidanze isteriche?

No, per fortuna, anche se questi fenomeni possono interessare femmine di qualsiasi età. La gravidanza isterica, chiamata anche pseudogavidanza, si manifesta a distanza di due mesi dal calore (proprio quando la cagna, se fosse stata coperta, avrebbe messo al mondo i cuccioli) con sintomi caratteristici: la femmina scava buche, reali o immaginarie, per accogliere i piccoli, è nervosa, porta nella cuccia peluche o giocattoli che adotta come suoi, ha più appetito, il volume della mammelle aumenta e si ha spesso montata latte, che porta la cagna a leccarsi con insistenza, predisponendola a una pericolosa mastite. Se i sintomi sono leggeri si può aspettare che tutto passi, ma se il quadro è più grave occorre da un lato prevenire il rischio di mastiti e dall'altro distrarre la cagnolina, magari portandola fuori più spesso e facendola giocare. Non è detto che se la pseudogavidanza si manifesta una volta succederà per tutti i successivi calori né, come molti pensano, che una gravidanza può essere utile per scongiurare la sua comparsa. Alcuni veterinari suggeriscono la sterilizzazione come mezzo per evitarla.



È vero che un cane dorme più dell'uomo?

Decisamente sì. Un cane adulto e in buona salute arriva a dormire circa 12-14 ore al giorno, ma questo tempo dedicato al sonno può variare di molto a seconda dell'età, della taglia e dello stile di vita. Un cucciolo, ad esempio, ha bisogno di dormire molto di più, alternando momenti di



attività a momenti di sonno pesante che può arrivare anche a venti ore al giorno, mentre i cani anziani tendono a riposare di più perché si stancano più facilmente. Un cane da compagnia, che vive in appartamento e conduce una vita abbastanza sedentaria, tende dormire di più rispetto a un soggetto impegnato in un'attività sportiva o di utilità sociale mentre cani pesanti e linfatici tendono a dormire più di cani scattanti e atletici.

È vero che il gatto può vomitare palle di pelo?

I gatti amano lavarsi e trascorrere il tempo leccandosi, attività per loro molto rilassante. In genere il pelo ingerito durante queste sedute di toelettatura viene espulso con le feci, ma nei periodi di muta stagionale, se è eccessivo, può formare delle vere e proprie palline, o meglio boli, che vengono poi vomitate.

Per evitare questo inconveniente, soprattutto nei periodi di muta, è consigliabile spazzolare il gatto ogni giorno per eliminare gran parte del pelo morto. È possibile aiutare il micio anche con l'alimentazione, scegliendo cibi che favoriscono il ricambio di pelo nuovo e che grazie a una combinazione di fibre contribuiscono a ridurre al minimo la formazione dei boli di pelo oppure somministrando specifici integratori, altamente appetibili, a base di olio di paraffina, aloe, malto o vaselina, che hanno un blando effetto lassativo e aiutano a mantenere il corretto transito intestinale. Anche l'erba gatta, in genere molto amata dai gatti, può essere utile nel favorire il transito intestinale.

In ogni caso è importante rispettare il riposo del cane e garantire le migliori condizioni di calma e tranquillità, perché il sonno è fondamentale per recuperare le forze e rigenerarsi dal punto di vista sia fisico sia mentale.



È vero che per il gatto le vibrisse sono indispensabili?

I baffi dei gatti, chiamati vibrisse, sono peli più lunghi e rigidi rispetto agli altri in grado di assolvere a diverse funzioni grazie al fatto che, oltre ad avere un fusto costituito da cheratina come i normali peli, hanno anche una base localizzata in un'area ricca di terminazioni nervose.

Le vibrisse non solo permettono al micio di manifestare i propri stati d'animo (rilassamento, paura, eccitazione) ma costituiscono un radar da usare come vere e proprie antenne: consentono, ad esempio, di spostarsi agevolmente al buio, di saltare da grandi altezze o di fare balzi incredibili, di mantenere l'equilibrio, di distinguere dimensioni e distanza degli oggetti... insomma di muoversi con maggior sicurezza.

Per tutti questi motivi le vibrisse non vanno mai tagliate. Può capitare che il gatto ne perda una per motivi del tutto naturali, ma niente paura, il baffo caduto ricrescerà senza problemi.



È vero che se il cucciolo sporca in casa non va sgridato?

Quando si ha a che fare con un cucciolo di pochi mesi è inevitabile mettere in conto che possa sporcare in casa e se questo succede la cosa peggiore che si possa fare è sgridarlo e tantomeno punirlo (né con punizioni fisiche, né mettendogli il muso nella pipì). Il controllo degli sfinteri è infatti ancora limitato, quindi più spesso si porta fuo-



ri il cucciolo, soprattutto dopo mangiato, minori saranno i bisognini da pulire.

Nel caso l'incidente sia già avvenuto, il consiglio è di non sgridare il cane e non attribuire importanza alla cosa, altrimenti c'è il rischio che il cucciolo sia tentato di ripetere un comportamento che dopo tutto lo pone al centro dell'attenzione.

Un ulteriore consiglio è quello di pulire dove il cucciolo ha sporcato senza ricorrere a prodotti contenenti ammoniaca, perché questa sostanza ha un odore che richiama quello dell'urina e il cucciolo potrebbe interpretare che quello è proprio il posto giusto dove fare pipì.

È vero che il coniglio va vaccinato anche se non esce mai di casa?

Verissimo, è opinione comune che sia inutile vaccinare il coniglio anche se vive sempre in casa, perché potrebbe essere infettato da insetti ematofagi come zanzare, pulci e zecche.



Le vaccinazioni consigliate per il coniglio sono tre: mixomatosi, malattia emorragica virale (MEV) e la variante MEV2. Si tratta di malattie non trasmissibili né all'uomo né ad altri animali ma considerate molto pericolose per i conigli perché quasi sempre mortali e per le quali non esiste cura (sia la MEV che la MEV-2 hanno decorso velocissimo che porta alla morte dell'animale nel giro di 12 ore).

La mixomatosi, altamente contagiosa, ha un decorso meno veloce della MEV: dopo un'incubazione di qualche giorno si manifesta con lesioni ulcerose necrotiche soprattutto nella zona intorno agli occhi e un gonfiore del muso che precede la morte dell'animale.





COSA TENERE LONTANO DALLE FAUCI DEL CONIGLIO

A volte anche solo un piccolo errore nell'alimentazione o un boccone accidentale possono causare danni molto gravi. Scopriamo insieme cosa assolutamente non deve mangiare il coniglio da compagnia

LINDA SARTINI

In diverse occasioni abbiamo parlato di alimentazione del coniglio sulle pagine di questa rivista suggerendo quali indicazioni fornire ai clienti del pet shop per nutrirlo al meglio. Questa volta vogliamo fare una cosa diversa ponendo l'attenzione su tutti quelli che potrebbero sembrare alimenti ma che in realtà rappresentano un pericolo, in modo da iniziare ad affrontare questo argomento con il pet owner (o futuro pet owner) per spingerlo ad approfondire la discussione con il proprio veterinario di fiducia.

Prima di iniziare...

Il coniglio è un erbivoro stretto pertanto la sua dieta, lo ricordiamo ancora una volta, deve essere composta principalmente da erba e/o fieno e può essere integrata, oltre che con il mangi-



me pellettato, con verdure e frutta. È bene sottolineare però che non tutto ciò che è verde è buono per lui. Prima di addentrarci nell'argomento è giusto specificare che quando si parla di alimenti "dannosi" non significa sempre che un boccone è uguale a morte certa. Il danno prodotto da ciò che viene ingerito dipende dalla tipologia e dalla quantità, di conseguenza non tutto è immediatamente letale. Ma meglio non sfidare la sorte.



Iniziamo dalla dispensa

Alimenti che possono causare problemi al coniglio, soprattutto se somministrati in grandi quantità e per periodi prolungati, sono proprio quelli di cui facciamo largo utilizzo nella nostra alimentazione, cioè pane e prodotti da forno in generale, dolci e caramelle. Tutto ciò che contiene principalmente carboidrati come barrette ai cereali, mix di semi e frutta secca o cereali per la colazione semplicemente non sono adatti alla dieta del coniglio. La cioccolata poi è da considerare una vera e propria sostanza tossica che, anche in piccolissime quantità, può causare problemi molto seri fino anche alla morte dell'animale. Integratori di vitamine e minerali, che sembrano fare così bene in qualunque situazione, non sono necessari se viene rispettata una dieta corretta e l'eccesso potrebbe rivelarsi addirittura dannoso (ad es. fenomeni di ipervitaminosi). La frutta (non tutta ovviamente) viene comunemente inserita nel menu del coniglio ma non deve far parte della sua alimentazione quotidiana poiché molto zuccherina, pertanto onde evitare di combinare guai meglio somministrarla in piccole quantità e non più di una o due volte a settimana eliminando accuratamente i semi ed escludendo categoricamente l'avocado che è sempre tossico. Le verdure cotte o surgelate devono essere evitate (solo verdure fresche) così come le patate, le melanzane, le parti verdi della pianta del pomodoro, aglio, cipolla e porro, melanzane, funghi, rabarbaro, legumi (piselli, fave, fagioli, soia, ecc.), latticini vari e in linea generale tutte le proteine di origine animale (salumi, carne fresca o cotta, ecc.), perché il coniglio non è un carnivoro.

Il coniglio è un erbivoro stretto pertanto la sua dieta deve essere composta principalmente da erba e/o fieno e può essere integrata, oltre che con il mangime pellettato, con verdure e frutta

Piante d'appartamento e da giardino: belle ma pericolose

Difficilmente il proprietario penserà di somministrare parti di piante d'appartamento al proprio coniglio ma dobbiamo consigliargli di fare molta attenzione poiché potrebbe essere il pet stesso a decidere di assaggiarle per fare uno spuntino. Quindi il nostro suggerimento dovrà essere quello di tenerlo a debita distanza: per la regola della massima prudenza, tutte le piante d'appartamento devono essere considerate tossiche. Poi ci sono le piante da giardino, belle e pericolose solo per i conigli che hanno la fortuna di poter uscire all'aperto, ma la regola è sempre la stessa: tenere le piante al sicuro dalle loro ingorde fauci. Tra quelle più comuni (da appartamento e da giardino) di pericolosità accertata ricordiamo agave, agrifoglio, alloro, aloe, azalea, bella di notte, ciclamino, amaryllis, edera, falso gelsomino, dieffenbachia, narciso, oleandro, ortensia, glicine, petunia, primula, vischio, vite americana, tasso e tulipano. Ma la lista è davvero lunghissima.



L'oleandro è una delle piante da giardino più comuni di pericolosità accertata





Dal prato... con dolore

L'erba fresca è l'alimento principe per il coniglio e poterla somministrare appena tagliata è gratificante sia per il proprietario che per l'animale, ma bisogna fare molta attenzione che si tratti di quella giusta. Tra le erbe spontanee commestibili potrebbero nascondersi alcune essenze vegetali potenzialmente pericolose, ma facilmente riconoscibili, come acetosella, cicuta, belladonna, astragalo, celidonia, aconito, colchico, romice, felce, digitale, ginestra, ranuncolo, papavero e mughetto, che non devono essere offerti al coniglio per nessuna ragione.

Alberi del bosco e del frutteto

Si consiglia spesso di lasciare a disposizione del coniglio qualcosa da rosicchiare, ad esempio il ramo di qualche pianta, per passare il tempo e limare i denti. Bisogna però fare attenzione a quali rami andremo a raccogliere per la sua gioia, poiché alcuni contengono sostanze potenzialmente tossiche, a livello di legno e di foglie, sia per ingestione che nel caso di utilizzo come materiale da lettiera (ad es. segatura, truciolo o pellet). Tra questi quelli maggiormente descritti come dannosi sono l'abete, il pino, il cipresso, il cedro del Libano, l'albicocco, l'ippocastano, il mandorlo, la robinia (pseudoacacia), il pesco, il susino e il sambuco.

Il consiglio migliore da dare

Questo breve articolo ha il solo scopo di fornire un'indicazione di massima sui principali pericoli derivanti da un'alimentazione errata o dall'ingestione di vegetali che possono rivelarsi dannosi. Il consiglio migliore che possiamo dare al nostro cliente, al di là di questi primi input di base, è quello di documentarsi accuratamente e da fonti attendibili, meglio ancora ponendo il quesito al proprio veterinario di fiducia, prima di somministrare qualcosa di nuovo.

L'erba fresca è l'alimento principe per il coniglio ma bisogna fare molta attenzione che si tratti di quella giusta: tra le erbe spontanee commestibili potrebbero nascondersi alcune essenze vegetali potenzialmente pericolose



BACHECA

CLASSIFIED ADS

LAVORO/OFFERTA

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 cv a cv@pinetazootecnici.com

Also / Agenti plurimandatari

Industria specializzata nella produzione di alimenti per animali da compagnia Animalin® e prodotti di ogni genere (guinzagli, traverse, shampoo, snack&masticativi, cuscineria), cerca agenti plurimandatari e/o procuratori d'affari con portafoglio clienti consolidato di qualsiasi canale (pet shop, agrarie, garden center, GDO, GDS, veterinari, farmacie) per le aree ancora disponibili in Italia. Si cercano persone fortemente motivate e intraprendenti che abbiano il desiderio di crescere insieme all'azienda e lo spirito di lavorare in team. Si garantisce, in virtù dei risultati raggiunti, la possibilità di crescere all'interno della struttura, alto margine provvigionale, piano incentivi e premi per raggiungimento di fatturato, inquadramento Enasarco, dopo un periodo di prova. Contattare se veramente interessati e solo dopo aver visionato il sito www.alsoitalia.it nella finestra download: www.alsoitalia.it/cataloghi.php

Treatmento economico al di sopra della media.

Info: Inviare CV a also@alsoitalia.it, tel. 090632636

DRN / Agenti Specializzati

Azienda leader nella nutrizione e dermatologia veterinarie ricerca figure di agenti specializzati per ampliamento della propria rete commerciale nel canale parafarmacie e pet shop.

Si richiedono esperienza maturata nel settore, professionalità e attitudine alla vendita.

Info: Inviare CV a customer@drnsrl.it

Ruri Vivis / Agenti plurimandatari

Distributore esclusivo per l'Italia di mangimi superpremium per cani e gatti, per il completamento della propria struttura di vendita, ricerca agenti plurimandatari per le zone di Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna e Toscana.

Info: inviare CV a info@rurivivis.it

Imo Galanti & C. / Agenti mono e plurimandatari



Azienda storica nel settore pet ricerca agenti mono o plurimandatari per la distribuzione di articoli e alimenti per cani, gatti, roditori, uccelli e pesci. Si offre ottimo pacchetto prodotti, alta competitività su qualità e prezzi per oltre 1.500 referenze sempre in accrescimento. Importante trattamento provvigionale con possibilità di crescere all'interno della struttura. Preferibili candidati con consolidato pacchetto clienti. Richiesta massima serietà ed esperienza pregressa nel settore.

Info:

tel. 0773663916, inviare CV a info@galantipet.it

Funhobby Italia / Agenti plurimandatari

Azienda leader nel settore di prodotti per animali domestici ed acquariologia, con esclusiva distribuzione nazionale di brand affermati, per proseguire il trend di crescita e potenziare la propria rete vendita, ricerca agenti di commercio plurimandatari per zone libere.

Si offre portafoglio clienti, interessante trattamento provvigionale, incentivi al raggiungimento degli obiettivi.

Info: inviare CV a info@funhobby.it, tel. 0240032002

Spinipet / Agenti di commercio

Giovane azienda in forte espansione specializzata nella distribuzione di accessori e snack ricerca agenti ben inseriti nel settore per potenziare la propria rete vendita.

Sono previsti supporto commerciale e un ottimo trattamento provvigionale.

Info: inviare CV a info@spinipet.eu, cell. 3534389470

SA.RE / Agenti plurimandatari

Giovane azienda produttrice di cucce e cuscini per animali domestici sita a Monselice (PD) cerca agenti/rappresentanti plurimandatari per potenziamento e sviluppo della rete vendita nelle seguenti regioni: Piemonte, Liguria, Lombardia, Veneto, Trentino, Emilia Romagna, Toscana, Marche, Abruzzo e Umbria.

Info: tel. 0429781162, n.ferrigo@saresrl.it

Azienda / Responsabile Commerciale

Azienda produttrice di alimenti completi e complementari per animali da compagnia ricerca responsabile commerciale Italia.

Si richiede conoscenza del mercato e dinamicità per ampie prospettive di sviluppo.

Info: inviare richieste alla redazione: info@zampotta.it - Rif. 7/A



Gloriapets / Agenti plurimandatari

Azienda spagnola da oltre 40 anni nel mercato del pet, ricerca agenti plurimandatari introdotti nel canale specializzato/accessori per potenziare la propria organizzazione di vendita in Italia, nelle seguenti regioni: Lombardia, Toscana, Piemonte e Triveneto.

Info: inviare CV in italiano atencionalcliente@gloriapets.com

Hobby Fish / Agenti plurimandatari

Azienda nel settore dell'acquariologia da oltre 30 anni cerca agenti plurimandatari per il canale specializzato. Si richiede posizione Enasarco e conoscenza del settore.

Info: inviare CV a hobbyfish@tiscali.it, tel. 096655132

Azienda / Agenti di commercio

Nota azienda nel settore abbigliamento e accessori per cani di piccola taglia made in Italy, ricerca agenti di commercio per il potenziamento della propria rete vendita nel settore pet, nelle seguenti aree territoriali: Lombardia, Toscana, Lazio, Puglia, Sicilia e Sardegna.

Si richiede esperienza maturata nel settore, spiccata attitudine alla vendita e professionalità.

Sono previsti interessanti trattamenti provvigionali.

Info: cell. 3482996910

ATTIVITÀ E ATTREZZATURE / OFFERTA

Cedesi / Attività

Cedesi, vicino a Bergamo, lavaggio self service per cani con più di 10 anni di attività, con annesso pet shop vendita al dettaglio di alimenti e accessori di prima scelta, con saletta toelettatura ben attrezzata; posizionato in zona con passaggio pedonale e automobilistico, 2 vetrine fronte strada pacchetto con più di 1.500 tesserati sempre in crescita.

L'attività è stata un po' trascurata per motivi familiari, ma la ripresa è sicuramente garantita.

Possibilità di affiancamento per alcuni mesi da concordare.

Cedesi più volentieri a persone già con esperienza.

Info:

cell. 3920985601

Vendesi / Attrezzatura

Vendesi, causa chiusura attività, macchina per incidere medagliette per cani e per gatti marca My Family in ottime condizioni utilizzata 6 mesi. Nel pacchetto sono comprese 80 medagliette nuove e un supporto in legno.

Info:

borgopetshop@gmail.com

Cedesi / Attività

Cedesi attività ultraventennale con annessa toeletta in locale adiacente. Portafoglio clienti, locale 3 serrande, 120 mq, zona Roma, Alberone (S. Giovanni), in ampio viale con possibilità di comodo parcheggio poiché strada a senso unico.

Eventuale possibilità di iniziale affiancamento.

Locale sito in via Cesare Baronio 140/142/144.

Info: tel. 0696048292, cell. 3347916596,
marcyroma61@gmail.com

Cedesi / Attività

Cedesi attività agraria, garden, ferramenta e petshop a Sacile in provincia di Pordenone, su strada principale di passaggio.

Aperta del 1998 con 220mq di negozio, punto di riferimento importante per la cittadina di Sacile e paesi limitrofi.

Clientela referenziata e prodotti in esclusiva.

Info: cell. 3405935009 sig. Stefano

Cedesi / Attività

Cedesi attività di toelettatura e di lavaggio self-service a Padova aperta da più di 5 anni.

Il pacchetto clienti comprende più di 1000 tesserati; l'attività di toelettatura per ora è sfruttata solo come part-time e può essere quindi più che raddoppiata.

Il negozio si compone di una zona dedicata alla toelettatura professionale e un'altra dove sono presenti due box chiusi per il lavaggio self-service; è l'unico a Padova ed è in una posizione comoda sia per chi vive in centro storico che anche per chi sta in periferia.

Non è in franchising ma tutto di proprietà (a parte le mura).

Info: cell. 3496386920 sig. Michele

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

Legenda



ACQUARI & CO. / FISH & CO.

-  **Also S.r.l.** **090632636**
SS 114 km - 4,260 Contesse - 98125 Messina **fax 0906258082**
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it
-  **Aquaristica S.r.l.** **0516814188**
Via A. Labriola, 10/12 - 40010 Sala Bolognese (BO) **fax 0516814294**
www.aquaristica.it - info@aquaristica.it
-  **Aquili Andrea** **tel. 0731288091**
Via Abruzzi, 10 - 60030 Monsano (AN)
www.aquili.it - info@aquili.it
-  **Askoll Uno S.r.l.** **0444930260**
Via Industria, 30 - 36031 Povolara di Dueville (VI) **fax 0444930380**
www.askoll.com - askoll@askoll.com
-  **Bionatura Impianti S.r.l.** **0399241247**
Piazza Durini, 15 - 22043 Arcore (MB)
www.bionaturaimpianti.it - info@bionaturaimpianti.it
-  **CE.A.B. di Ferrari Pierluigi** **0302667121**
Via Pietro Rescatti, 20 - 25124 Folzano (BS) **fax 0302168469**
www.ceabacquari.it - info@ceabacquari.it
-  **Croci S.p.a.** **3297534632**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - shop@croci.net
-  **Ferplast S.p.a.** **0445429111**
Via I Maggio, 5 - Z.I. - 36070 Castelgomberto (VI)
www.ferplast.com - info@ferplast.com
-  **Funhobby Italia S.r.l.** **0240032002**
Via Domenico Mondo, 67 - 81100 Caserta
www.funhobby.it - info@funhobby.it
-  **Kuda Tropical Fish S.r.l.** **0373234461**
Via delle Industrie, 34 - 26010 Bagnolo Cremasco (CR) **fax 0373236714**
www.kudafish.it - info@kudafish.it
-  **Pineta Zootecnici** **tel. e fax 0522553616**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
-  **Porsa Italy S.r.l.** **0303363047**
Via Romolo Gessi, 210 - 25135 Sant'Eufemia (BS) **fax 0303363048**
www.porsaitaly.com - info@porsaitaly.com
-  **Pro.D.Ac. International S.r.l.** **0495971677**
Via Padre Nicolini, 22 - 35013 Cittadella (PD) **fax 0495971113**
www.prodacinternational.it - info@prodac.it
-  **Reef International S.a.s.** **0331792443**
Via Arconti, 11 - 21013 Gallarate (VA)
www.reef-international.com - info@reef-international.com
-  **Rinaldo Franco S.p.a.** **0248376157**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) **fax 0241291840**
www.recordit.com - record@recordit.com
-  **T.A.F. Trans Aquarium Fish S.a.s.** **0119866465**
Via Casale, 27 - 10060 Scalenghe (TO) **Cell. 3517228553**
www.tafsr.to - info@tafsr.to
-  **Teco S.r.l.** **0544408333**
Via G. Ricci Curbastro 8 - 48124 Fornace Zarattini (RA) **fax 0544280084**
www.teconline.com - info@teconline.com
-  **Trixie Italia S.p.a.** **0444835329**
Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI) **fax 0444833352**
www.trixie.de - info@trixie.it
-  **Velma Group S.r.l.** **0423715319**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
-  **Vitakraft Italia S.p.a.** **075965601**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG) **fax 0759656020**
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

CANI & GATTI / DOGS & CATS

-  **Adragna Alimenti Zootecnici S.r.l.** **092426604**
Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP) **fax 092422424**
www.adragna.it - info@adragna.it
-  **Agras Delic S.p.a.** **010588586**
Via Martin Piaggio, 13/A - 16122 Genova **fax 010588914**
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**
P.za dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova
www.almonature.eu - info@almo.it
-  **Alpi Service S.n.c.** **011975941**
Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN) **fax 011974453**
www.alpiservice.com - info@alpiservice.com
-  **Avitabile Napoleone S.r.l.** **fax 0815737522**
Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA) **fax 0815737522**
www.tewua.it
avitabilenapoleone@interfree.it - contatto@tewua.it
-  **Baldecchi S.n.c.** **0550674991**
Via Binda, 7/9 - 52028 Terranuova Bracciolini (AR) **fax 0559705352**
www.baldecchi.it - baldecchisnc@baldecchi.it
-  **Bama S.p.a.** **0583286353**
Via Pertini, 2 - 55011 Altopascio (LU) **fax 0583287754**
www.bamagroup.com - info@bamagroup.com
-  **B. Braun Milano S.p.a.** **02662181**
Via V. da Seregno, 14 - 20161 Milano **fax 0266218290**
www.bb.raun.com - servizio.clienti@bb.raun.com



-  **Boehringer Ingelheim Animai Health Italia S.p.a.** 02535581
Via Giovanni Lorenzini, 8 - 20139 Milano
www.merial.com - merial.italia@merial.com **fax 025355822**
-  **Camon S.p.a.** 0456608511
Via Lucio Cosentino, 1 - 37041 Albaredo d'Adige (VR)
www.camon.it - camon@camon.it **fax 0456608512**
-  **Candioli S.p.a.** 0113490232
Via Manzoni, 2 - 10092 Beinasco (TO)
www.candioli.it - info@candioli.it **fax 0113490526**
-  **Carbone Pet Products S.r.l.** 0573837868
Via Antonio Gramsci, 1537 - 51036 Larciano (PT)
www.petproductscarbone.it - info@petproductscarbone.it **fax 0573859163**
-  **Cerere S.p.a.** 017367271
Corso Romano Scagliola, 189 - 12052 Neive (CN)
www.cerere.com - marketing@cerere.com
-  **Cesarano S.a.s.** 0818507330
Via Nolana, 42 - 80045 Pompei (NA)
www.cesarano.it - info@cesarano.it
-  **Ceva Salute Animale S.p.a.** 03965591
Viale Colleoni, 15 - 20864 Agrate Brianza (MI)
www.ceva-italia.it - marketing.italy@ceva.com
-  **Chemi-Vit S.r.l.** 0522887959
Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE)
www.chemivit.com - info@chemivit.com **fax 0522888200**
-  **Ciam S.r.l.** 0736250484
Via Piemonte, 4 - 63100 Ascoli Piceno (AP)
www.ciamanimali.com - ciam@ciamanimali.it
-  **Coltelleria Polla** tel. e fax 0131264774
Via Vochieri, 69 - 1500 Alessandria
www.polladino.com - lipolla@libero.it
-  **Croci S.p.a.** 3297534632
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - shop@croci.net
-  **De Wan S.r.l.** 011547917
Piazza San Carlo, 132 - 10121 Torino
www.delashop.it - business@delashop.it **Cell. 3202322870**
-  **Disegna Group** 0424471424
Via Marsan, 28/30 - 36063 Marostica (VI)
www.disegnagroup.it - info@disegnagroup.it **fax 0424476392**
-  **Diusa Pet Italia S.r.l.** 3429476845
Via Piemonte, 10 - 46051 San Giorgio Bigarello (MN)
www.diusapet.it - info@diusapet.com
-  **Dorado S.r.l.** 042659140
Via Romea, 10 - 30010 Monsole di Cona (VE)
www.exclusion.it - info@exclusion.it
-  **Elanco Italia S.p.a.** 0554640825
Via dei Colatori, 12 - 50019 Sesto Fiorentino (FI)
www.elanco.it - italia_elanco@elanco.com
-  **Farm Company S.r.l.** 015511310
Via Amendola, 532 - Regione Spolina - 13876 Cossato (BI)
www.farmcompany.it - info@farmcompany.it
-  **Farmina Pet Foods Italia** 0818236000
Via Nazionale delle Puglie - 80035 Nola (NA)
www.farina.com - info@farmina.it **fax 081512135**
-  **Fashion Dog S.r.l.** tel. e fax 059687984
Via Lago di Carezza, 11 - 41012 Carpi (MO)
www.fashiondog.it - www.curapets.it - info@fashiondog.it
-  **Ferrzootecnia** tel. 059313426
Via Belgio, 16 - 41122 Modena MO
www.ferrzootecnia.it - info@ferrzootecnia.it
-  **Ferplast S.p.a.** 0445429111
Via 1 Maggio, 5 - Z.I. - 36070 Castelfranco (VI)
www.ferplast.com - info@ferplast.it **fax 0445429115**
-  **Ferribiella S.p.a.** 0152558103
Strada Trossi, 33 - 13871 Verrone (BI)
www.ferribiella.it - info@ferribiella.it **fax 0152558083**
-  **Formevet S.r.l.** 024345891
Via Savona, 97 - 20144 Milano
www.formevet.com - vetline@formevet.it **fax 0243458922**
-  **Forza10/SANYPet S.p.a.** 0429785401
Via Austria, 3 - 350138 Bagnoli di Sopra (PD)
www.forza10.com - forza10@forza10.com
-  **Gheda Mangimi S.r.l.** 038632677
Via Comuna Santuario, 1 - 46035 Ostiglia (MN)
www.gheda.it - gheda@gheda.it **fax 038632664**
-  **Gimborn Italia S.r.l.** 05225452
Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia
www.gimborn.it - marketing@gimborn.it **fax 0522945365**
-  **Heiniger AG** +41/62/9569200
Industrieweg 8 - 3360 Herzogenbuchsee (Switzerland)
www.heiniger.com - info@heiniger.com **fax +41/62/9569281**
-  **Hill's Pet Nutrition Italia S.r.l.** 06545491
Via A.G. Eiffel, 15 - 00148 Roma
www.hillspet.it
-  **Imac S.r.l.** 0444482301
Via Ghisa, 14 - 36070 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it **fax 0444482500**
-  **Innovet Italia S.r.l.** 0498015583
Via Einaudi, 13 - 35030 Saccolongo (PD)
www.innovet.it - innovet@innovet.it **fax 0498015737**
-  **Italsystem S.a.s.** 0541731428
Via Corciano, 14 - 47914 Rimini
www.italssystem.com - info@italssystem.com **fax 0541731328**
-  **Iv San Bernard S.r.l.** 0571509106
Via Castelli, 7 - 50056 Montelupo F.no (FI)
www.ivsanbernard.it - info@ivsanbernard.it **fax 05711656081**
-  **Landini Giuntini S.p.a.** 075851781
Via Rosa Luxemburg, 30 - 06012 Città di Castello (PG)
www.giuntinipet.it - info@giuntinipet.it **fax 0758517804**
-  **Life Petcare S.r.l.** 0575411013
Via di Basserone, 57 - 52041 Badia al Pino (AR)
www.lifeptcare.it - info@lifeptcare.it **fax 0575416496**



	Linea 101 S.r.l. Via Agostino Novella, 4 - 42025 Cavriago (RE) www.linea101.it - info@linea101.it	0522086489		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
	Mantovani Pet Diffusion S.r.l. Via Giulio Pastore, 31 - 40053 Valsamoggia (BO) www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com	051969413		PET 360 S.r.l. Via Camisana, 34 - 34040 Torri di Quartesolo (VI) www.pet360.it - info@pet360.it	04441574109
	Marpet S.r.l. Via Don Sasselli d'Era, 13 - 37041 Albaredo d'Adige (PD) www.marpet.it - info@marpet.it	0456600134 fax 0457000124		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
	Mars Italia S.p.a. V.le Milano Fiori Str. 2 Pal C3 - 20090 Assago (MI) www.pedigree.it	025776111 fax 0257510890		Pets Fitness tel. Via Soderini, 8 - 60027 Osimo (AN) www.petsfitness.com - info@petsfitness.com	0717108160
	Mennuti Group S.r.l. Via Ponte Cerretano, 10/14 - 50050 Carreto Guidi (FI) www.mennutigroup.it - info@mennutigroup.it	0571581661		Pet Village S.r.l. Via Stradello, 35 - 48124 Madonna dell'Albero (RA) www.petvillage.it - info@petvillage.it	054464418 fax 0544684190
	Mister Pet S.p.a. Via Pedemontana, 35 - 43029 Mamiano di Traversetolo (PR) www.misterpetsrl.com - info@misterpetsrl.com	0521340323 fax 0521340319		Pineta Zootecnici Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com	tel. e fax 0522553616
	Monge & C. S.p.a. Via Savigliano, 31 - 11030 Monasterolo di Savigliano (CN) www.monge.it - info@monge.it	0172747111 fax 0172747198		Porrini Group Via Maestri del Lavoro, 23/25 - 25014 Castenedolo (BS) www.porrinigroup.com - info@porrinigroup.com	0302791814
	Morando S.p.a. Via Chieri, 61 - 10020 Andezeno (TO) www.morando.it - info@morando.it	0119433311 fax 0119434289		Rebo S.r.l. Via Mestre, 31 - 11050 Cairate (VA) www.happydog.it - www.happycat.it - info@happydog.it	0331502700 fax 0331502703
	Mp Bergamo S.r.l. Via Passerera, 2/C - 24060 Chiusduno (BG) www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com	0358361269 fax 0354496738		Rinaldo Franco S.p.a. Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com	0248376157 fax 0241291840
	Mp Group S.r.l. Via dell'Industria, 7/1 - 42025 Cavriago (RE) www.versele.it - mp@versele.it	0522941521		Royal Canin Italia S.r.l. Via Anton Checov, 50/2 - 20151 Milano www.royalcanin.it - info@royal-canin.it	023347611
	MPS 2 S.r.l. Via Zambon, 17 - 36051 Creazzo (VI) www.mpsitalia.it - info@mpsitalia.it	0444572190		Stefanplast S.p.a. Via Piazza, 47 - 36020 Villaganzerla (VI) www.stefanplast.it - stefanplast@stefanplast.it	0444639011 fax 0444638315
	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		Ticinese Petfood S.r.l. Via Vigentina, 102 - 27100 Pavia www.ticinese.it - info@ticinese.it	0382573789 fax 0382575576
	MSM Pet Food S.r.l. Via dell'Agricoltura, 5 - 25028 Verolanuova (BS) www.msmpetfood.com - info@msmpetfood.com	0309361245		Trixie Italia S.p.a. Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it	0444835329 fax 0444833352
	My Family S.r.l. Strada Solero, 1/A - 15048 Valenza (AL) www.myfamily.it - info@myfamily.it	0131950063 fax 0131952944		Velma Group S.r.l. Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV) www.velmagroup.com - info@velmagroup.com	0423715319
	Nestlé Purina Petcare S.p.a. Via del Mulino, 6 - 20090 Assago (MI) www.purina.it	0281811 fax 0281817133		Vitakraft Italia S.p.a. Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG) www.vitakraft.it - info@vitakraft.it	075965601 fax 0759656020
	N.P. Industries S.r.l. Via Valcellina, 37 - 33097 Spilimbergo (PN) www.disugual.it - info@disugual.it	0432699322		WINNER PLUS Pet Food S.r.l. Via Italia, 4 - 00060 Capena (RM) www.winnerplus.eu - info@winnerplus.eu	0690375587
	On Site S.r.l.u. Via Nazionale, 5 - 23012 Castione Andevenno (SO) www.onsite.pet - info@onsite.pet	0342200070		Wonderfood S.p.a. Strada dei Censiti, 1 - 47891 Repubblica di San Marino www.wonderfood.com - info@wonderfood.com	0549943311 fax 0549943312



UCCELLI / BIRDS

-  **All Pet S.r.l.**
Via Trieste, 603 - 21042 Caronno Pertusella (VA)
www.allpet.it - info@allpet.it
0296450470
fax 0296450464
-  **Borgovit S.r.l.**
Via Roma, 48 - 22046 Merone (CO)
www.borgovit.it - info.borgovit.it
031650344
fax 031651419
-  **Chemi-Vit S.r.l.**
Via Don Milani, 5/C - 42020 Quattro Castella (RE)
www.chemivit.com - info@chemivit.com
0522887959
-  **Croci S.p.a.**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - shop@croci.net
3297534632
-  **Fioretta Rag. Gianni S.n.c.**
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com
0341530138
ax 0341530392
-  **Formevet S.r.l.**
Via Savona, 97 - 20144 Milano
www.formevet.com - info@formevet.it
024345891
fax 0243458922
-  **Imac S.r.l. 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
0375310418
fax 037591348
-  **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.**
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com
051969413
-  **Mp Bergamo S.r.l.**
Via Passerera, 2/C - 24060 Chiusduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com
0358361269
fax 0354496738
-  **Pineta Zootecnici**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
tel. e fax 0522553616
-  **Rinaldo Franco S.p.a.**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com
0248376157
fax 0241291840
-  **Trixie Italia S.r.l.**
Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it
0444835329
fax 0444833352
-  **Valman S.r.l.**
Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI)
www.padovanpetfood.com - info@valman.it
0444975663
-  **Velma Group S.r.l.**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
0423715319
-  **Vitakraft Italia S.p.a.**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
075965601
fax 0759656020
-  **Viten S.r.l.**
Via Faedis, 21 - 33040 Povoletto (UD)
www.viten.it - info@viten.it
0432664401

PICCOLI MAMMIFERI / SMALL MAMMALS

-  **Also S.r.l.**
SS 114 km - 4,260 Contesse - 98125 Messina
www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it
090632636
fax 0906258082
-  **Croci S.p.a.**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - shop@croci.net
3297534632
-  **Fioretta Rag. Gianni S.n.c.**
Via Provinciale, 89 - 23811 Ballabio (LC)
www.fiory.com - info@fiory.com
0341530138
fax 0341530392
-  **Gimborn Italia S.r.l.**
Via Giorgio De Chirico, 3 - 42124 Reggio Emilia
www.gimbom.it - marketing@gimbom.it
05225452
fax 0522945365
-  **Imac S.r.l.**
Via Ghisa, 24 - 36070 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it
0444482301
fax 0444482500
-  **Manitoba S.r.l.**
Via Delmoncello, 9 - 26037 San Giovanni in Croce (CR)
www.manitobasrl.com - info@manitobasrl.com
0375310418
fax 037591348
-  **Mp Bergamo S.r.l.**
Via Passerera, 2/C - 24060 Chiusduno (BG)
www.mpbergamo.com - info@mpbergamo.com
0358361269
fax 0354496738
-  **Pineta Zootecnici**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com
tel. e fax 0522553616
-  **Rinaldo Franco S.p.a.**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com
0248376157
fax 0241291840
-  **Trixie Italia S.r.l.**
Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it
0444835329
fax 0444833352
-  **Valman S.r.l.**
Via Brenta, 3 - 36033 Isola Vicentina (VI)
www.padovanpetfood.com - info@valman.it
0444975663
-  **Velma Group S.r.l.**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com
0423715319
-  **Vitakraft Italia S.p.a.**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it
075965601
fax 0759656020

RETTILI & ANFIBI / REPTILES & AMPHIBIANS

-  **Croci S.p.a.**
Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA)
www.croci.net - shop@croci.net
3297534632
-  **Imac S.r.l.**
Via Ghisa, 24 - 37071 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it
0444482301
fax 0444482500
-  **Mantovani Pet Diffusion S.r.l.**
Via Giulio Pastore, 31 - 40056 Crespellano (BO)
www.mantovanipetdiffusion.com - info.mantovanipetdiffusion.com
051969413



 **Pineta Zootechnici**
Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia
www.pinetazootechnici.com - info@pinetazootechnici.com

tel. e fax 0522553616

 **Rinaldo Franco S.p.a.**
Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI)
www.recordit.com - record@recordit.com

0248376157
fax 0241291840

 **Trixie Italia S.r.l.**
Via E. Fermi, 14/16 - 36040 Alonte (VI)
www.trixie.de - info@trixie.it

0444835329
fax 0444833352

 **Velma Group S.r.l.**
Via Munaron, 26/A - 31050 Veduggio (TV)
www.velmagroup.com - info@velmagroup.com

0423715319

 **Vitakraft Italia S.p.a.**
Via Piana, 4 - 06061 Castiglione del Lago (PG)
www.vitakraft.it - info@vitakraft.it

075965601
fax 0759656020

MARKETING & SERVIZI

 **IPV Pack S.r.l. Unipersonale**
Via dell'Industria e dell'Artigianato, 26/D-E
35010 Carmignano di Brenta (PO)
www.ipvpack.com - info@ipvpack.com

0499431318
fax 0499431370

 **Masidef S.r.l. - Storedesign**
Via Oberdan, 125 - 21042 Caronno Pertusella (VA)
www.masidef.com - info@masidef.com

029651011

 **Polypro S.p.a.**
Via Roma, 118 - 40012 Calderara di Reno (BO)
www.polypro.it - info@polypro.it

0510958560

 **Vimax S.r.l.**
Via Rezzonico, 23 - 22100 Como
www.zampotta.it - info@zampotta.it

031301059
fax 031301418

INSERZIONISTI

sovracoperta **SCHESIR**
II coperta **IPV**
III coperta **MONGE**
IV coperta **ZOODIACO**

BAMA 1
CAMON 23
CERERE 41
CIAM 19
DIUSA PET ITALIA 21
DORADO 57

FARM COMPANY 25
FASHION DOG 17
IV SAN BERNARD 35
MISTER PET 27, 39, 47
MSM 29
MY FAMILY 2-3

PRODAC INTERNATIONAL 101
RINALDO FRANCO 13, 33, 45
VITAKRAFT ITALIA 43
WINNER PLUS PET FOOD 65
WONDERFOOD 5
ZOOMARK INTERNATIONAL 6

Zampotta
PET BUSINESS

Il Magazine di Business per Gli Imprenditori dei Pet Shop

OTTOBRE 2022 - 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, Giulia Peduzzi, Luca Scrimieri, Nicola Benincasa, Giuseppe Di Domenico, Silvia Marini, Assunta Incarnato, Francesco Caruccio, Emilio Gerboni, Valerio Zupo, Alessandro Mancini, Linda Sartini, Lorena Quarta

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

Editing
Giulia Peduzzi
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@write.com

Servizio Abbonamenti
abbonamenti@zampotta.it - fax 031301418

Stampa
Papergraf International srl - Borgorico (PD)

REGISTRAZIONE TRIBUNALE DI COMO N15/11
ISCRIZIONE NEL REGISTRO OPERATORI
COMUNICAZIONE ALL'AGCOM N. ROC 21368

Tutti i diritti riservati. Ogni riproduzione è vietata se non autorizzata espressamente per iscritto 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 suddetta 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®

Il pet food che parla chiaro

MADE IN ITALY



CRESCE INSIEME A NOI

MONGE OFFRE UNA LINEA
COMPLETA DI CROCCANTINI
E PATÉ PER SUPPORTARE
IL REGOLARE SVILUPPO
DEL TUO GATTINO.

Un'alimentazione corretta ed equilibrata
con tutti i nutrienti essenziali per la sua crescita,
senza coloranti e conservanti artificiali aggiunti.

SOLO NEI MIGLIORI PET SHOP E NEGOZI SPECIALIZZATI

NUOVO!
MANZO MONOPROTEIN



NO CRUELTY TEST

GREENCOMPANY

MONGE
La famiglia italiana del pet food



NATURAL FEELING



Cani e Gatti sono i nostri compagni di vita. Viviamo insieme a loro ogni giorno e desideriamo dargli il meglio soprattutto nell'alimentazione, fondamentale per il loro benessere. Dall'amore e dal rispetto per gli animali nasce TOGETHER, sempre insieme.

Together SEMPRE INSIEME



Product of Italy

1° INGREDIENTE
FONTI
PROTEICHE
ANIMALI

CON
INGREDIENTI
NATURALI

RECYCLABLE BAG

www.together-pet.it

PET & GREEN
zoodiario