

Zampotta

PET BUSINESS

SETTEMBRE 2022 - N° 7

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

**COERENZA
COSTANZA
PRECISIONE:**

i 3 alleati del marketing

**RIMETTI IN MOTO
LE ENERGIE**

L'Editoriale di Cristina Mandaglio

**FAI CRESCERE
LE TUE VENDITE**

come il pelo di un barboncino

CREA UN TEAM VINCENTE

e costruisci solide basi
per il tuo business

- Linea Young, le esclusive
crocchette a forma di cuore

HAPPY DOG



HAPPY DOG[®]

YOUNG

*PERCHÉ L'AMORE PASSA
ANCHE DALLO STOMACO.*



PERCHÉ RIPORR

La dimostrazione concreta

Per garantire ai cuccioli una crescita sana è necessario adottare una dieta equilibrata alla loro specie. I cani di futura taglia grande (sopra 10 kg di peso da adulti) crescono più rapidamente nelle fasi puppy e junior: le ricette contenute nei prodotti Happy Dog Young si con

0

1

FASE 1 —

Crescita veloce ▶



Principale fase della crescita

I primi sei mesi costituiscono la principale fase di crescita. Durante questo periodo, i cuccioli crescono a velocità sorprendente: in alcune razze, il cucciolo già in questa fase può raggiungere fino al 75% del peso che



E LA VOSTRA FIDUCIA IN NOI?

...a del concetto a 2 fasi

...ana e costante
...ibrata e adatta
...medio/grande
...no diversamen-
...che utilizziamo
...ncentrano sulle

esigenze di ciascuna di queste due fasi. Al cucciolo verranno forniti tutti gli elementi essenziali per una crescita sana, un sistema immunitario forte, un sistema muscolo-scheletrico robusto e un pelo lucido. I prodotti della linea Young combinano la massima qualità con la massima cura.

HAPPY DOG
All you feed is love

E PER CUCCIOLI DI PICCOLA TAGLIA?

I cuccioli di futura taglia piccola, ovvero fino a 10 kg di peso da adulti, crescono in modo diverso rispetto ai cuccioli di futura taglia medio/grande: il loro sviluppo è molto più costante e, per questo, non necessitano di una divisione netta tra la fase Baby e quella Junior. Vi presentiamo Mini Baby Junior, una vera delizia adattata alle esigenze dei più piccoli!



Età in mesi

6

Età in mesi

18

FASE 1 – PUPPY

Fabbisogno energetico elevato



A circa 6 mesi



FASE 2 – JUNIOR

Crescita lenta

Fabbisogno energetico moderato



Fase moderata della crescita

avrà da adulto. Per questo motivo, il suo bisogno di energia e di nutrienti di prima qualità, da somministrare nelle dosi corrette, è particolarmente elevato in questa fase.

Prima che un cane possa essere considerato adulto, devono trascorrere ancora dai 6 ai 12 mesi. Il peso aumenta più lentamente e, pertanto, questa fase si allunga rispetto alla

prima: è necessario, quindi, che il contenuto energetico del cibo sia ridotto, per evitare disordini nella crescita.



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





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

BRC
Packaging and
Packaging Materials
CERTIFIED

CSQA
CERTIFIED

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



Collare: Monza Collection
Medaglietta: Friends Collection

myfamily[®]

HANDMADE IN ITALY

With love



Monza 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"

**Fase uno.
Fase due.
Cliente fidelizzato**

(Rebo)

8



SETTEMBRE 2022 - N° 7

L'EDITORIALE
di Cristina Mandaglio

7

**Rimetti in moto
le energie**



CANI & GATTI

- | | |
|---|---|
| 60 A ognuno il proprio umido
(Oasy/Wonderfood) | 78 Scegli di fare la differenza
(Mister Pet) |
| 62 Sali su podio
(MSM Pet Food) | 81 Innovazione in negozio
(Farm Company) |
| 63 Comfort made in Italy
(Camon) | 82 Un'offerta ampia e di qualità
(Whitebridge Pet Brand) |
| 64 I "PLUS" vincenti
(Winner Plus Pet Food) | 84 Semplicemente... indispensabile
(BamaPet) |
| 72 Valore aggiunto per il negozio
(Consorzio Zoodiaco) | 86 Gli Oscar dell'eccellenza
(Master Show) |
| 74 Gli snack amici dell'ambiente
(Vitakraft Italia) | 104 La coccidiosi
(L. Sartini) |
| 76 Un pieno di novità
(Monge) | 107 È vero che...
(L. Quarta) |

ACQUARI & CO.

- 59** **Una proposta completa**
(Pro.D.Ac International)
- 94** **Attenzione alle malattie dei pesci**
(V. Zupo)
- 98** **Da una vasca all'altra: acclimatare i pesci - I Parte**
(A. Mancini)
- 100** **I valori dell'acqua e come correggerli**
(L. Di Tizio)

AZIENDE & INIZIATIVE

- 70** **Opportunità per il negozio**
(MyFamily)

UCCELLI

- 110** **I canarini inglesi**
(G. Ravazzi)

PICCOLI MAMMIFERI

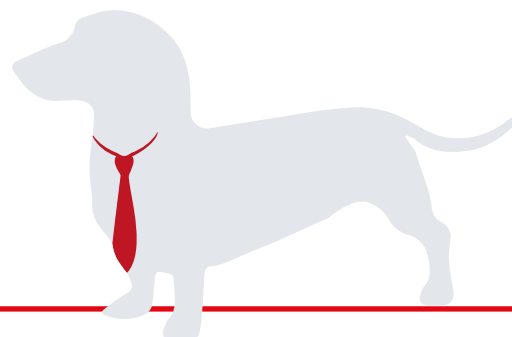
- 113** **La coniglia e la sfera sessuale**
(L. Sartini)

RUBRICHE

- | | |
|------------------------------|----------------------------|
| 46 Dal commercialista | 92 Negozio del mese |
| 58 Notizie brevi | 116 Bacheca |
| 88 La voce di... | 118 Contatti |
| 90 Dalle associazioni | 122 Inserzionisti |

BUSINESS

- | | |
|----------------------------------|----------------------------------|
| 12 Pet shop On line | 36 Social Media Marketing |
| 24 Tecniche di Vendita | 42 Emozioni & Business |
| 28 Pubblicità & Marketing | 48 Strategia Aziendale |
| 32 Visual Merchandising | 52 Gestione Finanziaria |





Schesir®

Kitten Care

La famiglia si allarga? Anche la nostra!

Una gamma unica di ricette complete e bilanciate
CON INGREDIENTI NATURALI



0-6 mesi



3-12 mesi



3-12 mesi

- **VERI FILETTI DI TONNETTO O POLLO FRULLATI IN CREMA**
- **ELEVATO APPORTO PROTEICO**
- **SVILUPPO DEL SISTEMA IMMUNITARIO**

- **VERI FILETTI DI TONNETTO O POLLO FRULLATI IN MOUSSE**
- **ARRICCHITO CON proteine dell'uovo**
- **CON Taurina PER LO SVILUPPO NEUROLOGICO**

- **VERI FILETTI DI TONNETTO O POLLO DA MORDERE**
- **FORMULA RINNOVATA, COMPLETA E BILANCIATA**
- **ARRICCHITO CON vitamine e minerali**

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

l'Editoriale di
CRISTINA MANDAGLIO

RIMETTI IN MOTO LE ENERGIE

È settembre. Un settembre in cui, dopo un lungo periodo difficile, una ripresa a singhiozzo e importanti cambiamenti nelle modalità di consumo, l'incertezza resta la componente principale del quadro economico. Abbiamo vissuto - e in alcuni casi stiamo ancora vivendo - una pandemia, il lockdown, la guerra e la siccità. Per completare quelle che sembrano le "dieci piaghe d'Egitto", restano solo da citare la crisi di governo, l'inflazione, i rincari delle bollette, la scarsità di materie prime. Insomma, lo scenario è tutt'altro che rassicurante.

Fare impresa ti mette tutti i giorni a dura prova e ancor più in questo momento viene da chiedersi: Ma chi me lo fa fare? Come affrontare quelli che sembrano problemi epocali per la mia attività e il mio negozio? Non ho una ricetta magica, ma posso dirti che quello che sicuramente non devi fare è restare a guardare. Dai la colpa alla sfortuna, alla crisi, alle tasse, ai fornitori che rincarano i prezzi, ai clienti che non vogliono spendere? Decidi di non fare nulla e arrenderti? Oppure alzi la testa e accetti che le cose sono cambiate e che devi rimboccarti le maniche per proporti in maniera differente sul mercato?

Oggi limitarsi ad alzare la serranda non è più sufficiente, come non lo è replicare modi e soluzioni già messi in pratica in passato. Non è detto che le solite idee siano da buttare via, si tratta solo di metterle un po' in dubbio e vedere se reggono il confronto con delle alternative valide. Gestire il tuo negozio costa fatica, rinunce, sacrifici, per non parlare del duro lavoro. Ma per quanto tu possa metterci passione, professionalità e competenza, questo non sempre è sufficiente a farti raggiungere i tuoi obiettivi.

Per capire come intercettare le richieste del mercato e migliorare l'approccio con il cliente a dispetto della concorrenza, devi rimetterti in gioco, testare e ricominciare. Non puoi più pensare di fare business senza conoscere a fondo il marketing: lo studio e l'applicazione di queste procedure sono strumenti essenziali che ti consentono di occuparti della parte strategica della tua attività, per poter gestire un negozio solido e sano. Anche noi di *Zampotta Pet Business* - i redattori, così come gli autori delle rubriche - continuiamo a informarvi, aggiornarvi, studiare nuovi concetti e meccanismi attraverso corsi, libri, consulenze. Il motivo è sempre lo stesso: il mercato cambia e quello che funzionava ieri non è detto che oggi funzioni ancora.

Ecco quindi che dopo la pausa estiva il nostro magazine è come sempre pronto ad aiutarti nel trovare nuovi metodi e strumenti per innovarti e differenziarti. Leggendo con attenzione le rubriche di attualità - dalla finanza al fisco, dal marketing alla pubblicità, dai mercati esteri al personale - troverai validi suggerimenti per gestire al meglio il tuo negozio in modo da incrementare la visibilità e la vendibilità dei prodotti e servizi che offri.

In questo numero, ad esempio, Assunta Incarnato ti spiega come creare un team vincente: i tuoi collaboratori sono una risorsa molto importante e spesso la loro gestione può determinare il successo (o insuccesso) della tua attività. Francesco Caruccio ti illustra i fattori chiave per aumentare la fiducia del potenziale cliente nel tuo sito e-commerce. Nicola Benincasa ti parla delle lettere di vendita, spiegandoti cosa sono e perché possono far crescere le tue vendite. Sono solo alcuni esempi... a te il compito di leggere con attenzione tutti gli articoli.

Come vedi, noi ce la stiamo mettendo tutta per aiutarti a superare i tempi duri, ma anche tu devi fare la tua parte. È allora rimetti in moto le energie e scegli di percorrere la strada dell'innovazione! Caro lettore, *Zampotta Pet Business* è al tuo fianco.

Buon lavoro!





Fase uno. Fase due. Cliente fidelizzato

Conquista la fiducia del proprietario pet mostrando la tua competenza con la scelta di suddividere la crescita del cane in 2 fasi

Vuoi dare nuovo impulso alle vendite con una novità di mercato che ti farà distinguere dalla concorrenza? Vuoi mostrare la tua competenza e quindi guadagnarti ancor più la fiducia del cliente? Il tuo negozio potrà differenziarsi dimostrando tutti i vantaggi della scelta di suddividere la crescita del cane in 2 fasi. Basandosi sulle più recenti scoperte scientifiche, infatti, *Happy Dog* ha sviluppato un nuovo programma di alimentazione dai primi giorni di vita fino all'età adulta, puntando sul fatto che i requisiti energetici e proteici dei cuccioli cambiano da fase puppy a junior. E lo potrai spiegare concretamente in modo semplice al proprietario pet cliente del tuo negozio.

Ecco perché un programma in 2 fasi

I cani di futura taglia medio/grande (sopra i 10 kg di peso da adulti) hanno uno sviluppo differente nelle fasi puppy e junior ed è per questo che le ricette *Happy Dog* che proporrai al cliente si concentrano sulle esigenze di ciascuno di questi due momenti.

- **FASE 1.** I primi sei mesi costituiscono la fase principale in cui i cani crescono a velocità sorprendente: in alcune razze il cucciolo può raggiungere fino al 75% del peso che avrà da adulto. Per questo motivo il suo bisogno di



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



energia e di nutrienti di prima qualità, da somministrare nelle dosi corrette, è particolarmente elevato.

- **FASE 2.** Come potrà accorgersi il tuo cliente della fase 2? Il punto di riferimento per il passaggio da puppy a junior è l'arrivo della seconda dentizione, quella permanente, all'incirca a 6 mesi di vita. Prima che un cane possa essere considerato adulto, poi, devono trascorrere ancora dai 6 ai 12 mesi. Il peso aumenta più lentamente e questa fase si allunga rispetto alla prima: è necessario quindi che l'apporto energetico del cibo sia ridotto.



Per iniziare nel modo giusto

Consideriamo ora quali prodotti potrai proporre al tuo cliente in base alla fase di vita del suo cucciolo.

Dalla 1a settimana fino alla 5a o alla 6a circa, qualora la madre non fosse in grado di provvedere all'allattamento, puoi consigliare *Puppy Milk Probiotic*, ideale per tutti i cuccioli.



Con il suo basso contenuto di lattosio (meno del 25%) e speciali colture probiotiche, questo latte aiuta a stabilizzare la flora intestinale anche dei soggetti più sensibili e fornisce tutti i nutrienti necessari per uno sviluppo sano e costante. A partire dalla 4a settimana il proprietario troverà utile passare a *Puppy Starter*, con agnello di alta qualità e riso

altamente digeribile, senza glutine, con ben il 30% di proteine (come raccomandato dai veterinari), nonché pregiati molluschi della Nuova Zelanda. La struttura granulare fine del prodotto è l'ideale per l'alimentazione

del cucciolo in una fase delicata come quella dello svezzamento: il proprietario lo può miscelare con acqua o latte per creare un porridge.

A partire dalla 5a/6a settimana il tuo cliente potrà poi passare gradualmente a uno dei prodotti *Happy Dog Puppy* che si differenziano in base alle esigenze del cucciolo all'interno delle linee *Sensible*, *Fit & Vital* e *NaturCroq*.



La struttura granulare fine del prodotto è l'ideale per l'alimentazione del cucciolo in una fase delicata come quella dello svezzamento: il proprietario lo può miscelare con acqua o latte per creare un porridge.

Il cuore che conquista il cliente

In questa fase il tuo negozio potrà proporre le uniche crocchette a forma di cuore con il buco, una specialità brevettata da *Happy Dog*,



STAGE 1. STAGE 2. LOYAL CUSTOMERS ACQUIRED

Gain the trust of pet owners by showing your skills and the choice of dividing dog growth into two steps

Are you willing to stimulate sales with a brand new concept that will help you stand out among competitors? Would you like to show your skills and earn the loyalty of your customers? Your shop can be different, by explaining all the advantages related to the two-stage dog growth. Following the most recent scientific discoveries, *Happy Dog* developed a new nutrition plan from first days to adulthood, focusing on the concept that young dogs' energy and protein needs change from puppy to junior step. You will be able to explain such changes easily to your shop's customers.

WHY A 2-STAGE PLAN

Medium/large dogs (over 10kg as adult) have a different growth during puppy and junior stages: that is why *Happy Dog* recipes focus on the specific needs of these steps:

- STAGE 1. The first six months are the most important stage: puppies grow very fast. In some breeds, puppies might reach 75% their adult weight. That is why they require top-quality energy and nourishing ingredients, in the right quantity.
- STAGE 2. How can customers understand the beginning of stage 2? The point of reference to shift from puppy to junior is the second and permanent teething, around 6 months. There are still 6-12 months left before dogs can be considered adult. Their weight increase more slowly and this stage lasts longer than the first one: it is necessary to reduce the energy intake.

GET OFF TO A GOOD START

Let's see the recommended products according dogs' life stages. From the first to the fifth or sixth week, if their mother cannot nurse their pet, you can recommend *Puppy Milk Probiotic*, suited for all puppies. Thanks to low percentage of lactose (less than 25%) and to special probiotic cultures, this milk helps stabilize the intestinal flora of sensitive pets as well. Moreover, it provides all the nourishing substances for a healthy and constant growth. After the fourth week, owners should prefer *Puppy Starter*, with high-quality lamb and digestible rice, without gluten and with 30% proteins (as recommended by veterinarians) plus fine molluscs from New Zealand. The product's fine grains are suited for puppies during weaning; owners can mix it with water or milk to obtain porridge.

After the fifth/sixth week, your customers can gradually choose one of *Happy Dog Puppy* products, according to puppies' needs: *Sensible*, *Fit & Vital* and *NaturCroq*.

THE HEART THAT WINS YOUR CUSTOMERS OVER

During this stage, you can recommend the unique heart-shaped kibbles with a hole, a special patented recipe by *Happy Dog*: they are easy to chew and digest. The central hole helps kibbles break more easily and thanks to the larger surface it can be absorbed more easily.

LAMB AND RICE OR SALMON AND POTATOES?

Pet owners know that lamb and rice are excellent ingredient to feed their growing puppy. *Sensible Puppy Lamb & Rice* is also



semplici da masticare, facili da digerire. Grazie al foro centrale, infatti, la crocchetta si rompe più agevolmente e grazie alla superficie più grande può essere assimilata molto più facilmente.

Agnello e riso oppure salmone e patate?

Il proprietario pet sa che agnello e riso sono ingredienti ottimali per nutrire il suo cucciolo durante la fase di sviluppo. *Sensible Puppy Lamb & Rice* senza glutine è adatto anche ai cani più sensibili. Il contenuto bilanciato di preziosi molluschi neozelandesi dalle labbra verdi, vitamina C e acidi grassi supporta al meglio la crescita.



Una volta raggiunta la fase 2, potrai consigliare di passare ad un alimento junior come *Sensible Junior Lamb & Rice*, con apporto energetico ridotto. A partire dai 18 mesi è ideale non cambiare abitudini ma passare a un alimento della linea *Adult Sensible*.

Come alternativa di gusto puoi offrire altri due ottimi ingredienti come salmone e patate, nei prodotti *Sensible Puppy Salmon & Potato* e *Sensible Junior Salmon & Potato*, due prodotti che hanno le stesse caratteristiche superpremium della variante *Lamb & Rice*. Ovviamente tutte queste ricette vengono proposte in crocchette a forma di cuore con il buco.

Cinque fonti proteiche per la vitalità

La nuova crocchetta differenzia anche gli alimenti delle due fasi di crescita della linea *Fit & Vital*, superpremium a cinque fonti proteiche, priva di glutine, con preziosi acidi grassi essenziali e vitamina C a supporto del sistema immunitario. Per la prima fase potrai proporre *Fit & Vital Puppy*, poi potrai suggerire il passaggio graduale a un alimento con un apporto energetico adeguato come *Fit & Vital Junior*, che contiene preziosi molluschi neo-

suito per sensibile dogs. The balanced quantities of precious green-lipped mussels, vitamin C and fatty acids supports growth. Once reached stage two, you can recommend a junior formula such as *Sensible Junior Lamb & Rice*, with reduced energy intake. Starting from 18 months it is recommended to preserve the same habit and choose one of the products of *Adult Sensible* range.

As alternative, you can recommend two excellent ingredients such as salmon and potatoes: *Sensible Puppy Salmon & Potato* and *Sensible Junior Salmon & Potato*. These products share the same super premium features of *Lamb & Rice* recipe. Of course all recipes come in heart-shaped kibbles with a hole.

FIVE PROTEIN SOURCES FOR VITALITY

Fit & Vital products also feature the new kibble in the two-stage recipes. The super premium line features five protein source, precious essential fatty acids and vitamin C for the immune system and no gluten. Recommend *Fit & Vital Puppy* for the first stage, then gradually shift to a product with an adequate energy intake such as *Fit & Vital Junior*, which contains precious New Zealand mussels to support articulations. After 18 months you can recommend an adequate *Fit & Vital Adult* recipe, such as *Medium Adult* or *Maxi Adult*.

RAW INGREDIENTS FROM BAVARIA

As alternative, you can also recommend *NaturCrog* products. *NaturCrog Puppy* is specifically developed for the nutritional needs of young dogs and contains: raw ingredients from Bavaria, precious local herbs, balanced and high-quality animal proteins, whole cereals, vitamins, minerals and trace elements to support the correct growth. For the second stage it is recommended *NaturCrog Junior* from adult age, then choose one of the *Adult* recipes from *NaturCrog* range.

WHAT ABOUT SMALL BREED PUPPIES?

Small puppies (up to 10kg as adult), grow differently compared to medium/large puppies: their growth is constant; therefore they do not require a strict division between puppy and junior stage. Your customers will love *Mini Baby & Junior*, a real delight for the needs of young dogs. You can also recommend *NaturCrog Puppy*, suited up to 12 months, before passing to adult recipe (*Sensible Mini* or *NaturCrog*).

HOW DOES LAY OUT HELP INCREASE SALES

We would like to provide you with a few tips for product placement in your shop, to ensure the best result in terms of visibility and sale. According to the needs of your customers, you can choose the most suitable option for your shop.

- Open shelf. You can place growth products in a separate area, to provide your customers with a complete and attractive overview on all *Happy Dog* products for puppies and young dogs. A dedicated area with such features can be seen from afar and it will help you draw the attention of your target customers.

- Integration on a single shelf. You can place growth and adult products on the same shelf, paying attention to match the three lines: *Sensible*, *Fit & Vital* and *NaturCrog*. You will be able to guide products towards adult food while their pet is still in the puppy and junior stage, for an easy and immediate choice. The loyalty of your customers will be built from the beginning to the end of the dogs' life, ensuring long-term sales.





zelandesi a supporto delle articolazioni. Una volta raggiunti i 18 mesi, potrai consigliare di passare a un alimento *Fit & Vital Adult* adeguato, come *Medium Adult* o *Maxi Adult*.

Materie prime dalla Baviera

In alternativa il tuo negozio potrà proporre anche i prodotti della linea *NaturCroq*. Pensato specificatamente per i fabbisogni nutrizionali dei più piccoli, *NaturCroq Puppy* contiene materie prime provenienti dalla Baviera, preziose erbe locali, proteine animali di alta qualità particolarmente bilanciate, cereali integrali, vitamine, minerali e oligoelementi per creare le fondamenta per una crescita sana. Per la seconda fase è consigliato *NaturCroq Junior*, da proporre fino all'età adulta per poi proseguire con gli altri alimenti *Adult* della linea *NaturCroq*.



E per cuccioli di piccola taglia?

I cuccioli di futura taglia piccola, ovvero fino a 10 kg di peso da adulti, crescono in modo diverso rispetto ai cuccioli di futura taglia medio/grande: il loro sviluppo è molto più costante, per questo non necessitano di una divisione netta tra la fase puppy e quella ju-

nior. Il tuo cliente apprezzerà *Mini Baby & Junior*, una vera delizia per le esigenze dei più piccini, oppure potrai proporgli *NaturCroq Puppy*, adatto fino a 12 mesi, prima di passare direttamente a un alimento per adulti delle linee *Sensible Mini* o *NaturCroq*.

Come il lay out aiuta a incrementare le vendite

Vorremmo ora proporti qualche suggerimento per il posizionamento del prodotto in negozio, così da ottenere il migliore risultato in termini di visibilità e vendibilità. Sarai tu, in base alle esigenze della tua clientela, a scegliere l'opzione più adatta al tuo punto vendita.

- Scaffalatura separata. Puoi posizionare i prodotti per la crescita in una zona separata, per offrire al tuo cliente una panoramica completa e accattivante di tutti i prodotti *Happy Dog* per cuccioli e giovani cani. Un'area dedicata, con queste caratteristiche, può essere vista da lontano e ti permetterà di attirare il target di clientela interessato.
- Integrazione su unica scaffalatura. Puoi presentare i prodotti crescita e i prodotti adult sullo stesso scaffale, ponendo attenzione all'associazione delle linee *Sensible*, *Fit & Vital* e *NaturCroq*. In questo modo guiderai l'acquirente verso i prodotti per soggetti



adulti mentre il cucciolo si trova ancora nelle fasi puppy e junior, facilitandone la scelta in modo immediato e naturale. La fiducia del cliente verrà così 'costruita' dall'inizio alla fine della vita del cane, garantendo vendite a lungo termine. (L.P.)



LA FIDUCIA COME ELEMENTO PRINCIPALE

delle tue vendite on line - II PARTE

FRANCESCO CARUCCIO

Ecco 12 fattori chiave per aumentare la fiducia del potenziale cliente nel tuo sito e-commerce e incrementare le vendite

Il mese scorso (*Zampotta Pet Business, luglio/agosto, pag. 16*) ho iniziato quello che ho definito un vero e proprio saggio sull'elemento "fiducia" e sul ruolo che gioca nelle vendite online, ma non solo. E ti ho presentato 3 di 12 fattori chiave per aumentare la fiducia del tuo potenziale cliente nel tuo sito e-commerce e incrementare così le vendite. Analizziamo ora i restanti 9 fattori.

FATTORE CHIAVE N.4: UTILIZZA GLI UGC NELLE TUE ADS (E NON SOLO)

Le persone non si sono mai fidate ciecamente della pubblicità. Forse solo all'inizio, quando è stata introdotta. Ma parliamo dei tempi del Carosello.

Funziona così ogni volta. Non appena esce un nuovo strumento, si rivela molto efficace. Talvolta raggiunge un'efficacia anche del 100% perché le persone non lo conoscono. Ma poi ne diventano assuefatte. Si abituano. Diventano più consapevoli. Ne comprendono i meccanismi e i trucchi.

Probabilmente in questo momento nessuno dei tuoi concorrenti sta mettendo in atto una campagna di UGC e quindi la facilità con cui potresti ottenere dei risultati di visibilità sarebbe enorme, con davvero poco sforzo in proporzione al risultato. Un gioco da ragazzi

Per cui se hai fatto un buon lavoro, basato sull'etica e sull'onestà, i clienti che hai acquisito all'inizio continueranno a comprare da te anche una volta che la "novità" del nuovo strumento sarà passata.

Per chi invece ha fatto il furbo, la vita è assai più breve. I giornali sono pieni di prodotti-scandalo che promettono mari e monti e poi si rivelano non veri... parzialmente o totalmente una truffa.



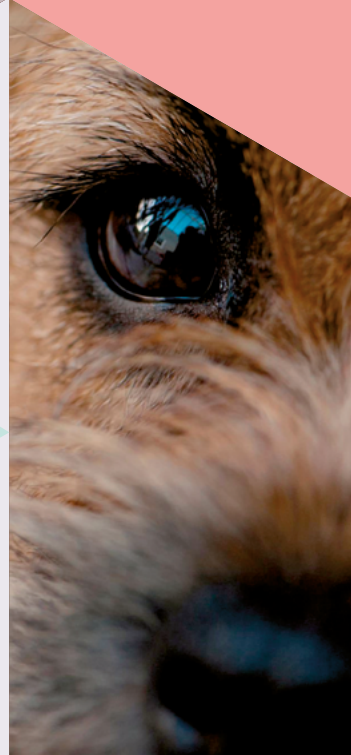


ZOOMARK
INTERNATIONAL

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:  **Bologna Fiere**
bolognafiere.it

Enti di Accreditamento
e Certificazione:



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

Purtroppo però anche se sei onesto questa diffidenza generale può colpire anche te. Le persone del resto non possono sapere come sei, se prima non comprano da te. Possono solo fidarsi di quello che vedono e credono.

La ricerca Hubspot, afferma che *“Il 69% degli interpellati non si fida delle pubblicità e il 71% non si fida degli annunci sponsorizzati sui social network”*.

E qui entrano in gioco gli UGC.

Ma cosa sono gli UGC?

Letteralmente *“User Generated Content”*, ovvero contenuti generati dagli utenti. Facebook è un esempio di piattaforma totalmente UGC.

I suoi contenuti non sono scritti professionalmente da un team, ma sono creati completamente dagli utenti. Foto, testi, video. Tutto.

Di solito sono foto o video. Ad esempio la classica foto con il cliente che tiene in mano il barattolo del prodotto e la manda al sito e-commerce. Oppure la video testimonianza del cliente che ne parla bene.

Anche un brand blasonato come Apple, che molti dicono non avere bisogno di strategie di marketing, in realtà fa uso di UGC.

Ma vediamo qualche esempio, che ci chiarisce le idee e vale più di mille parole.

✓ La campagna *“Share a Coke”* di Coca Cola

Quella della bibita zuccherata più famosa di sempre è stata una campagna di grande successo. L'obiettivo ufficialmente dichiarato era: *“Aumentare la quota di mercato rivolgendosi agli adolescenti e ai giovani adulti”*.

Wendy Clark, Presidente del Marketing Strategico, ha affermato che la maggior parte di questo mercato target è ossessionato da sé stesso: e se ti piace la tua immagine, ti piace anche il tuo nome. Il che è diventato il fondamento della campagna *“Share a Coke”* (Condividi una Coca Cola). Questa popolare promozione pubblicitaria prevedeva la stampa di nomi (circa mille) su bottiglie di Coca Cola, Coca Cola Light e Coca Cola Zero. Per le persone con nomi meno comuni, Coca Cola ha offerto addirittura la possibilità di ordinare online una bottiglia personalizzata con un nome o un messaggio personale.

L'obiettivo era di incoraggiare i bevitori di Coca Cola a condividere sui social media le foto di sé stessi e delle loro bottiglie *“Share a Coke”*. E la condivisione è andata alla grande, è diventata virale. Per capirci, ecco le foto di cosa dividevano le persone.



✓ La campagna di Apple's *#ShotoniPhone*

Anche in questo caso, dietro alla campagna che mira a produrre UGC, c'è un motivo concreto e reale. Apple ha pensato di migliorare la percezione che gli utenti avevano delle fotocamere degli iPhone, che fino a quel momento erano considerate non proprio di qualità eccellente rispetto ai modelli che costavano uguale, o addirittura di meno, di altre marche.

L'azienda voleva riscattare la fiducia perduta e riportare l'attenzione su ciò che rende speciale un iPhone: la capacità di scattare foto fantastiche. Ha chiesto dunque ai possessori dell'ultimo modello di scattare delle foto, anche in condizione di scarsa luminosità. Apple ha dato molta importanza alla campagna. Gli utenti professionisti scattavano foto in condizioni di scarsa illuminazione con i loro iPhone e le pubblicavano online per farle vedere agli altri su YouTube sotto la voce *“Shot on iPhone”*.





NATURAL FEELING



Cani e Gatti sono i nostri compagni di vita. Viviamo insieme a loro ogni giorno e desideriamo darli 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

Questa campagna mostrava soprattutto alcune meravigliose immagini di tutti i giorni che possono essere catturate solo utilizzando l'incredibile obiettivo di Apple: la fotocamera dell'iPhone.

Potrei farti altri mille esempi, ma il concetto lo hai già capito.

Immagina cosa potresti fare tu con il tuo e-commerce o il tuo negozio, considerando che cani e gatti sono tra gli esseri più fotografati di sempre nella storia di internet.

Probabilmente in questo momento nessuno dei tuoi concorrenti sta mettendo in atto una campagna di UGC e quindi la facilità con cui potresti ottenere dei risultati di visibilità sarebbe enorme, con davvero poco sforzo in proporzione al risultato. Un gioco da ragazzi.

I proprietari di cani e gatti (e probabilmente di molti altri animali) non vedono l'ora di avere una scusa per scattare una foto o un selfie con il proprio animale da compagnia.

Lo dico perché io sarei uno di quelli. Una foto ai miei cani, se richiesta a seguito di un acquisto, la farei in tempo zero.

Tra i tuoi le conclusioni di cosa ti stai perdendo a non fare una campagna UGC per la tua attività.



FATTORE CHIAVE N.5: IMPLEMENTA UNA CAMPAGNA DI REFERRAL E PREMIA I TUOI CLIENTI FEDELI

La stessa ricerca di Hubspot citata in precedenza, ci racconta come le persone si fidino poco di quello che dici tu, direttamente.

L'81% si fida di più dei consigli di amici e parenti che di quelli di un'azienda.

Il che dice già tutto.

Una campagna di referral è quella in cui i clienti già tuoi ti portano altri clienti che sono loro amici, familiari e conoscenti.

Attraverso un sistema ingegnerizzato.

Di base sappi questo: se spendi 100 euro

in una campagna creata da zero e la confronti con una campagna referral, quest'ultima ti riporta indietro molti più soldi.

Perché se me lo dici tu di comprare da te, se mi dici tu che sei bravo, che sei onesto e hai prodotti buoni, ci credo fino ad un certo punto.

Se me lo dice mio zio/madre/fratello ci credo di più. Molto di più.

FATTORE CHIAVE N.6: UN SITO CHE SI ADATTA PERFETTAMENTE AL MOBILE

Sempre più utenti usano i siti e comprano da smartphone.

Potrà sembrare banale al giorno d'oggi, ma la "mobile responsiveness" del sito, ovvero la sua capacità di adattarsi perfettamente non solo al computer, ma anche a tablet e cellulari, è un elemento fondamentale per creare fiducia.

In Italia oggi il 76% degli utenti ha fatto almeno un acquisto usando cellulare o tablet. Quindi capisci quanto sia importante che tutto si veda bene da questi dispositivi.

Ma ci sono anche molti altri utenti, un non trascurabile 24%, che acquista ancora da computer.

Molti siti e-commerce con cui lavoro registrano un fatto curioso: gli utenti iniziano ad acquistare al cellulare per poi concludere l'acquisto al computer. Le ragioni sono molteplici. Pensaci un attimo, ragionandoci ti sembrerà tutto ovvio e corretto.

Le persone navigano sulle app o sul web quando fanno pausa, quando sono in giro, sulla metro, sull'autobus o mentre camminano. In quel particolare frangente scoprono i prodotti, vedono le tue sponsorizzate e cliccano, guardando le offerte.

Ma prima abbiamo detto che circa il 71% non si fida delle pubblicità e il 55% cerca informazioni prima di comprare.

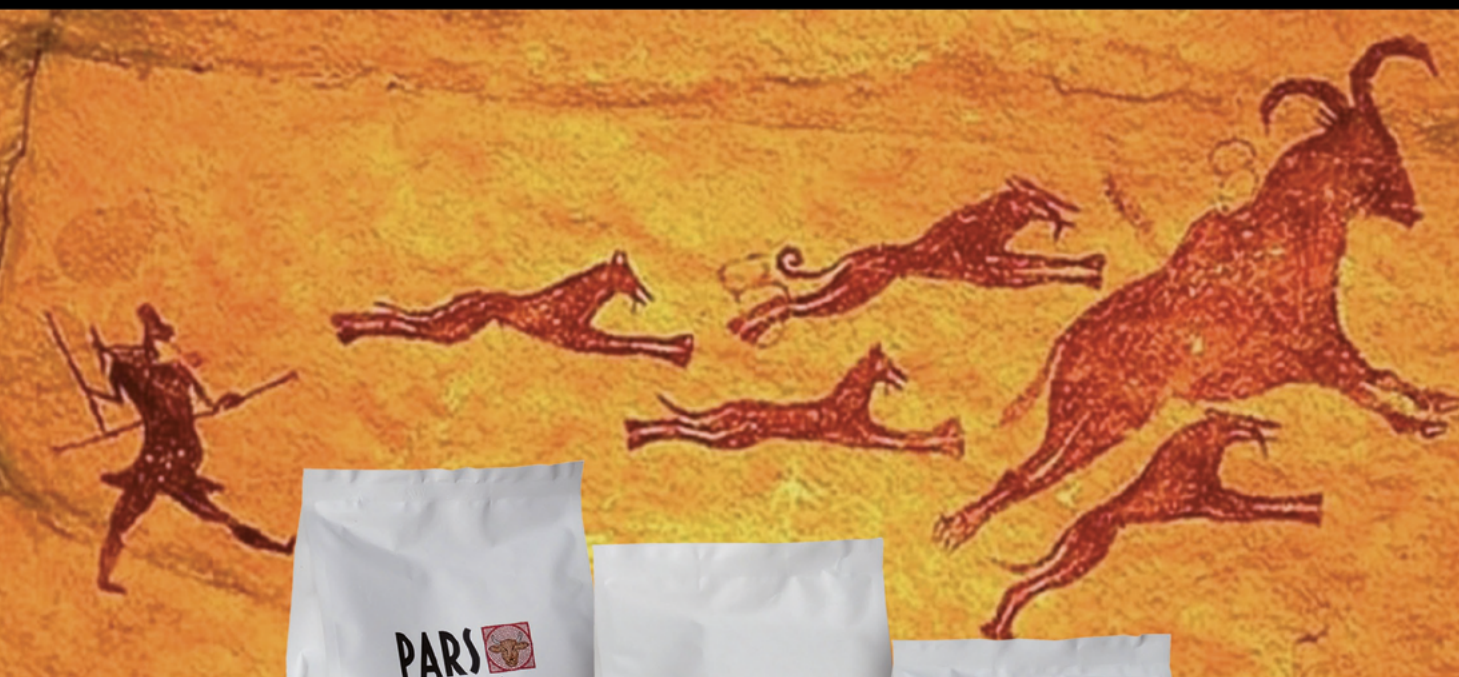


PARS



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.

Da mobile tutto questo è difficile, noioso e macchinoso.

Quindi appena vanno in ufficio, si mettono al computer e fanno le loro ricerche con calma, dal browser del computer, su uno schermo grande e con tastiera e mouse. Aprire molti tab diventa più semplice, così come cercare su Google.

FATTORE CHIAVE N.7: BOLLINI E CERTIFICAZIONI

Inserire nel tuo sito bollini e certificazioni che testimoniano la tua appartenenza e certificazione ad enti terzi è sempre una buona cosa.

Sempre.

Hanno un costo abbastanza basso, da qualche decina a qualche centinaio di euro all'anno al massimo.

E in pratica dicono: "Questo sito e-commerce è onorevole, rispettabile e non truffa la gente".

Permettimi di essere chiaro da subito su questa faccenda. I bollini che vedi nei siti sono sconosciuti al 99% della popolazione, anche quando si tratta degli enti e dei consorzi più famosi in Italia.

Nessuno nel mondo reale, se non gli addetti del settore, conoscono il consorzio Netcomm (per citarne uno dei più famosi), che dà proprio questi riconoscimenti da inserire nel sito.

Probabilmente nemmeno tu ne hai mai sentito parlare.

Io sì, ma io lavoro nel settore da quattordici anni.

Nonostante questo, quando l'utente vede i bollini, ci clicca sopra e vede che il sito fa parte di un network di certificazioni (perché cliccando si apre la pagina dedicata al sito e l'utente lo vede), beh... un minimo di rassicurazione questa cosa gliela dà.

Forse più di un minimo. Non ho modo di misurare con esattezza questo aspetto, ma posso dirti con sufficiente sicurezza che ha un suo peso nel gioco delle vendite.

FATTORE CHIAVE N.8: CONTENUTI

Qui apriamo un capitolo potenzialmente infinito e potremmo parlarne per giorni e giorni, ma mi limiterò a parlare dei contenuti del sito in rapporto alla loro capacità di generare fiducia nel negozio digitale e quindi di sbloccare le vendite.

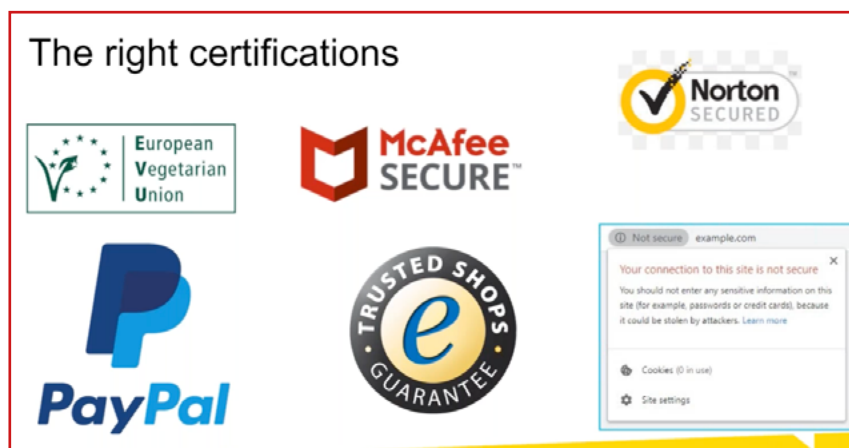
Detta nella maniera più semplice possibile, ogni negozio online dovrebbe avere un blog.

Poi chiamiamolo come vogliamo: magazine, blog, content marketing, informazioni utili, consigli, trucchi, tutorial, guide, ecc. Si tratta di contenuti che permettono al cliente di usare al meglio il tuo prodotto.

Esempio pratico che ho vissuto personalmente proprio nel settore pet.

Ho acquistato tempo fa del cibo per i miei cani. L'ho comprato online. Non era un cibo qualunque, ma era completamente diverso dalle classiche crocchette o umido in scatolette che si trovano dappertutto. Si trattava di cibo fresco, naturale e consegnato a domicilio, composto da carne, patate, fagiolini, personalizzabile nella quantità, in base alla taglia e alla razza del cane.

Già durante l'acquisto i "contenuti" mi hanno guidato. Infatti ho dovuto scegliere la taglia del cane, il peso e la razza. Perché io non sapevo le quantità necessarie per ogni mio cane. Me le hanno suggerite, ed è stato un contenuto importantissimo.





Nessuno TI OFFRE TANTO *in un* alimento GRAIN FREE



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

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

OWNAT
GRAIN
FREE
PRIME



OWNAT
JUST
GRAIN
FREE



OWNAT
GRAIN FREE
HYPOALLERGENIC



Questo cibo, messo in busta sigillata e sottovuoto, arriva a casa congelato e va riscaldato in pentola con acqua calda per essere “riportato in vita”.

Ebbene, è stato direi fondamentale il contenuto che ho trovato sul sito prima di acquistare, che mi ha spiegato per filo e per segno in cosa consisteva questo prodotto e come utilizzarlo.

Se non ricordo male, si trattava non solo di contenuti scritti, ma anche di un video che spiegava bene tutto il procedimento, sia di produzione che di utilizzo. Addirittura ho visto un video che parte dal frigorifero, con la proprietaria che prende la busta e mostra come preparare e servire il cibo.

Quando il contenuto è chiaro ed efficace, i tuoi utenti trovano le informazioni che stanno cercando. Se le trovano, la vendita si avvicina un po' di più.

Contenuto sono anche le sezioni come F.A.Q., domande frequenti. Che devono essere facilmente accessibili dall'utente. Sarà una delle sezioni più visitate del tuo sito, credimi.

Ricapitolando:

- sezione blog;
- domande frequenti;
- video o testi che descrivono come utilizzare il prodotto;
- materiali su come vengono creati i prodotti.

Questa è la base.

FATTORE CHIAVE N.9: LA SCHEDA PRODOTTO DEL TUO SITO E-COMMERCE

Qui le raccomandazioni sono poche e concise.

Immagini. Devono essere abbondanti, di alta qualità, non sgranate o sfocate, o servizi fotografici fatti in casa. Quello sarebbe il peggio del peggio. Solo immagini professionali e riprese in vari modi, sia ambientate, con sfondi, sia su sfondo bianco.

Testi. Parliamo di descrizioni brevi, descrizioni lunghe, modalità di utilizzo, caratteristiche del prodotto, benefici e se possibile, riferimenti scientifici a supporto delle affermazioni che fai. I testi devono essere originali. Non un copia-incolla di testi che ti fornisce (se te li fornisce) il tuo fornitore. Non funziona quella roba lì. Scrivili tu, o falli scrivere pensando al tuo pubblico. A come gli parli ogni giorno. Sii colloquiale, non eccessivamente formale. Scrivi con un linguaggio naturale e autentico.

Recensioni specifiche del prodotto. Abbiamo già parlato di recensioni e dello strumento TrustPilot (vedi *Zampotta Pet Business*, luglio/agosto, pag. 21). Sappi che oltre a recensioni generiche dove le persone danno una valutazione positiva su di te o ti lasciano una buona recensione al sito, dovrai prendere recensioni specifiche per ogni prodotto che vendi. E dovrai mostrarle sotto ogni prodotto, nella pagina dedicata.

Informazioni sul prodotto. Un altro punto importantissimo, anzi fondamentale da inserire nella scheda prodotto per creare fiducia, sono le informazioni sul prodotto.

Di base, ne abbiamo già parlato prima, devi inserire:

- informazioni sui procedimenti usati dal produttore per creare il prodotto;
- informazioni su come utilizzare al meglio il prodotto;
- informazioni su cosa contiene il prodotto;
- benefici del prodotto;
- differenza del prodotto rispetto ad altri simili di altre marche o in altre varianti.

Contatti sempre a disposizione. Si spiega praticamente da sé. In ogni scheda prodotto, ma forse sarebbe meglio dire in qualsiasi punto del sito, l'utente deve poterti contattare con estrema facilità. Il customer care, la gestione del cliente, il rispondere alle sue domande è una pratica essenziale ed è dimostrato che gestire i messaggi e le chiamate dei potenziali clienti aumenta tantissimo il tasso di conversione di un sito.

Più rispondi, più sei disponibile, più sei gentile... più comprano. Semplice.

FATTORE CHIAVE N.10: LA POSSIBILITÀ DI COMUNICARE VELOCEMENTE CON TE

Qui WhatsApp la fa da padrone. Implementare il giusto sistema ti permetterà di convertire molti, molti più clienti. E non solo, anche di generare lead, contatti.

E adesso ti spiego come.





L'amore in un abbraccio

Originale, come l'alchimia che si crea nei legami importanti.
Entusiasmante, come la sensazione di sentirsi amati.

Scopri la nuova linea comfort "Hug me": la nostra creatività per un design inedito.
Che parla al cuore.

camon.it



CAMON
We love pets

Chatbot è la parola chiave.

Sai cosa è un chatbot?

Si tratta di un sistema di messaggistica, una chat, un po' particolare e diversa dal solito. Anzi, parecchio diversa dal solito.

Le chat a cui siamo abituati si presentano così: un pulsante, che se cliccato dall'utente gli permette di scrivere un messaggio. E fin qui niente di strano.

Ma di solito questi sistemi di chat sono abbastanza obsoleti. Nel senso che permettono sì di chattare, ma nient'altro.

Sia chiaro, meglio che niente eh!

Meglio una chat normale che niente nel sito. Ma se dobbiamo fare le cose, facciamole bene.



Il chatbot è una chat intelligente. Serve a guidare l'utente verso l'area del sito più idonea a lui facendogli qualche domanda.

Io personalmente sto usando Landbot e mi trovo davvero molto bene. Potente, intuitivo, posso collegarlo ai miei sistemi come Active Campaign e WooCommerce. Te lo consiglio assolutamente. Il chatbot fa le domande, e se non trova qualcosa di adatto, manda l'utente all'assistenza clienti. Il vantaggio è duplice: l'utente trova subito quello che vuole senza dover attendere l'intervento umano e l'assistenza clienti viene scomodata solo se è davvero necessario.

FATTORE CHIAVE N.11: METODI DI PAGAMENTO

Anche su questo aspetto sarò molto conciso.

Lo so che "è in" seguire le mode e le tendenze. Ma inserire il bitcoin come metodo di pagamento, porterà solo la gente a guardarti con maggiore diffidenza.

Dico bitcoin per dire qualsiasi metodo di pagamento poco conosciuto, magari un po' "esotico" e che può destare sospetti.

Usa i classici sistemi di pagamento che in Italia vanno per la maggiore: PayPal, Carta di Credito (Stripe o WooCommerce Payments), Klarna o Scalapay per i pagamenti rateali e per i "compra adesso e paga dopo".

E poi specificalo nel sito.

Crea un'immagine con tutte le icone delle carte che accetti. Mettila nel footer.

Poi crea una pagina dove spieghi tutti i modi con i quali i tuoi clienti possono pagare.

E infine, un'area da mettere in fondo alla pagina di prodotto, dove ricordi in breve e in piccolo questa cosa. Una specie di riassunto della pagina.

FATTORE CHIAVE N.12: IL POST-ACQUISTO

Il post-acquisto è un'altra delle componenti più sottovalutate in assoluto.

Volendo semplificare, i commercianti, sbagliando, pensano: "Ok, ho fatto la vendita. Adesso aspetta che arriva l'ordine e se ne sta buono buono senza rompere le scatole. E se mi scrive, uff, devo pure rispondere. Ma cosa vuole? Ha pagato, adesso arriva il pacco. Che stia buono".

E invece questo ragionamento è estremamente sbagliato, sotto svariati aspetti e per vari motivi anche pratici, oltre che di customer care.

Prima di tutto è un ragionamento sbagliato che ti impedirà di vendere in futuro.

Pensare che il tuo lavoro finisca con la spedizione del prodotto e il cliente che ha pagato, significa che non gli stai dando le giuste attenzioni. Devi avere delle e-mail automatiche che spiegano le cose.



Ad esempio, tutti i siti e-commerce hanno la mail di conferma d'ordine, ovvero quella e-mail che dice: "Ok, hai comprato, complimenti! Questi sono i prodotti, questo è quello che hai speso, questo è il modo in cui hai pagato".

Dovresti poi anche inserire nel flusso un'ulteriore e-mail che spieghi e ricordi ciò che già avevi scritto nel sito:

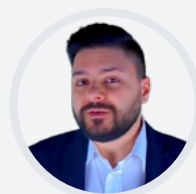
- come usare quel prodotto specifico;
- come è stato prodotto;
- quali caratteristiche ha;
- consigli su come utilizzarlo e/o conservarlo al meglio;
- i suoi benefici.

Questo non solo accrescerà la percezione di valore del tuo prodotto e della tua azienda, ma aiuterà ad evitare il "rimorso dell'acquirente", che avviene proprio dopo aver comprato qualcosa.

"Ma avrò fatto bene? Ma ci sarà stato di meglio? Avrò sbagliato?"

Li risolvi così, con il post-acquisto.

In ultima analisi, potremmo racchiudere tutto questo discorso in una sola immagine: il cerchio della fiducia e-commerce.



**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 e-commerce 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

Il cerchio della fiducia racchiude tutti i concetti fino a qui espressi, tutti collegati tra loro. Servono tutti gli ingredienti per costruire la fiducia.

Più ne metti, più fiducia crei, più vendite farai.

Alla prossima.

hundog è **distributore esclusivo di zee.dog** per il mercato italiano

Visita il nostro sito per approfondire le nostre collezioni. Troverai **una linea moderna e in costante evoluzione** di guinzaglieria, giochi, ciotole, cucce e prodotti per l'igiene, **sia per cani che per gatti.**

hundog.it



RIVOLGITI A NOI PER SCOPRIRE LA **GAMMA COMPLETA**
DEGLI ACCESSORI ZEE.DOG CANE E GATTO DISPONIBILI.
HUNDOG SRL - VIA AMENDOLA, 16 - 20900 MONZA (MB)
FRANCESCO@HUNDOG.IT



**CONNECTING
DOGS AND
PEOPLE.**



FAI CRESCERE LE TUE VENDITE

come il pelo di un barboncino

NICOLA BENINCASA

Che cosa sono le lettere di vendita e come sfruttarle come materiale di marketing per espandere il business del tuo negozio

Hai mai sentito parlare di lettere di vendita? Lettere? E tu che pensavi che fossero scomparse con l'arrivo delle email. Beh... semplicemente ti sbagliavi. Le lettere di vendita sono materiali di marketing cartacei estremamente interessanti e soprattutto molto performanti dal punto di vista della vendita.

COSA SONO LE LETTERE DI VENDITA E COME PUOI SFRUTTARLE PER IL TUO NEGOZIO

Postalmarket ti dice niente? Altro non era che un catalogo di biancheria e abbigliamento, inviato per posta, dove le persone compravano prima dell'avvento di internet. In sostanza era una super mega lettera di vendita travestita da catalogo.

Oggi quel tipo di materiale è scomparso, o quasi (il catalogo Ikea ti dice niente?). Questa è una buona notizia per te, perché meno concorrenti utilizzano questo strumento e più guadagno viene in tasca a te che al contrario lo utilizzi. Vediamo come.

Una lettera di vendita è una lettera cartacea (o un volantino travestito da lettera) con cui comunicare al target un'offerta specifica.

Una lettera di vendita non informa, vende. Vende che cosa? Lo step successivo del tuo funnel di vendita.

Facciamo un esempio: potresti utilizzare una lettera di vendita per entrare in contatto con i veterinari della tua zona per stringere un'alleanza. Stesso discorso per fare alleanza con i canili di zona. In entrambi i casi sono lettere di vendita B2B.





ONE HEALTH: UN'UNICA SALUTE PER PERSONE, ANIMALI E AMBIENTE.

Il concetto di **One Health** si fonda sulla consapevolezza che la salute degli animali, delle persone e dell'ambiente è strettamente correlata e va tutelata con pratiche sanitarie tra loro complementari. Il sistema integrato **Formevet One Health For All** propone una linea di prodotti complementari sviluppati a tutela della salute del trinomio animali-persone-ambiente, come se questo fosse una cosa sola.



Scansiona il QR Code.
Scopri il valore
di un abbraccio.

Formevet S.r.l. - Via Savona, 97 - 20144 Milano (Italia)
Tel: +39 02 4345891 - Fax: +39 02 43458922
www.formevet.com - vetline@formevet.it

#casaformevet



Secondo esempio: potresti fare volantinaggio nella tua città o quartiere per far conoscere un nuovo servizio o un'offerta speciale. In questo caso è una lettera di vendita B2C.

PERCHÉ UNA LETTERA DI VENDITA NON È UN VOLANTINO MA PUÒ DIVENTARLO

Una lettera di vendita non è un banale volantino. Ha molto più testo, si rivolge in forma diretta al cliente e contiene almeno un'offerta.

Nota bene: non esiste dare del LEI in una lettera di vendita. Sempre e solamente del TU.



Una lettera di vendita può travestirsi da volantino. Vuoi scaricarne un esempio? Vai a questo indirizzo www.turbobusiness.it/lettera-di-vendita.



Ecco un esempio di Video Sales Letter.
Puoi visualizzarlo cliccando sul link
<https://www.youtube.com/watch?v=dOKvSsHHB4g>

Spiegarti in poche righe perché ha questa forma sarebbe molto complicato. Il mio consiglio è quello di copiare il più possibile l'esempio per ottenere risultati subito.

Una lettera di vendita può anche essere "recitata" in un video.

In questo caso si parla di Video Sales Letter.

Facciamola semplice. È una televendita travestita.

Può essere ironica o meno ma in teoria dovrebbe divertire l'interlocutore.

Certamente per una cosa di questo tipo serve tempo, preparazione e budget. Ma il risultato è assicurato.

COSA TI SERVE PER SCRIVERE LA TUA PRIMA LETTERA DI VENDITA

È arrivato il momento di scrivere.

Premessa: non è assolutamente facile.

Se vuoi un template che può aiutarti scrivimi all'indirizzo nicola@turbobusiness.it con scritto "lettera di vendita" e ti invierò direttamente un testo da cui potrai partire.

Versione fai da te.

Prima cosa ti serve un'offerta, o meglio il prossimo step del tuo imbuto di vendita.

Esempio: se hai un'offerta, la lettera venderà l'offerta. Se hai un nuovo servizio la lettera venderà il nuovo servizio. Toelettatura, fai due servizi al prezzo di uno.

Ti serviranno poi recensioni, una tua immagine o quella di un tuo collaboratore (la lettera deve essere sempre da persona a persona) e... un problema da cui partire.

Alcuni esempi:

- un cane più bello (toelettatura);
- un servizio più rapido e comodo;
- un mangime in offerta per acquistarne di più...

E così via.



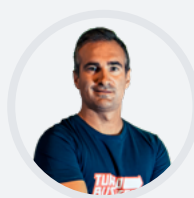
Quanto deve essere lunga?
Non ci sono limiti... da una pagina a 26 pagine, dipende quanto il cliente ne sa di te o del tuo servizio.



Io comunque direi di partire con una pagina fronte/retro.

L'ideale è seguire l'esempio che ti invierò.

Io partirei inondando il quartiere di lettere e opterei per almeno 3 invii consecutivi, a distanza di poche settimane.



**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 Concommercio. www.turbobusiness.it

CONCLUSIONI

Quello delle lettere di vendita è un tema molto vasto.

Con questo articolo voglio solo spalancarti una finestra su questo mondo.

Gli utilizzi possono essere molti. Ma credimi se ti dico che dall'altra parte ti attendono un sacco di vendite.

Alle tue vendite.

A large advertisement for LINEA101.IT pet products. The background is a bright, sunlit scene with green foliage. At the top left is the '1 101' logo with a paw print and the text 'LOVE FOR PET'. Below it are three icons: a green leaf for 'COSMETICI NATURALI Con formula vegetale', an Italian flag for 'PRODOTTI ARTIGIANALI Made in Italy', and two dogs for 'COSMETICI PROFESSIONALI Per la cura e la sua bellezza'. The main headline reads 'Una Linea di bellezza per ogni amico e molto altro...'. Below the headline is a collection of various pet care products in spray bottles and boxes, including 'DOLCI FUSA BEAUTY SHAMPOO', 'SCIOLINODI E LUCIDANTE', 'AVAGGIO A SECCO', and 'SHAMPOO ELIMINACODORI'. At the bottom left is a QR code and the website 'LINEA101.IT'. At the bottom right are social media icons for Facebook and Instagram, with the text 'Scopri di più'.

COERENZA COSTANZA PRECISIONE:

i grandi alleati del marketing

LUCA SCRIMIERI

Al di là delle definizioni prese in prestito dai libri, analizziamo alcune considerazioni che ruotano intorno al mondo del marketing e che, se tenute presenti, possono creare veramente la differenza tra te e i tuoi concorrenti

Abbiamo già analizzato come un'attività di vendita necessiti di tutta una serie di elementi che possano aiutarla a stare sul mercato. Abbiamo parlato precedentemente di marchio, di identità visiva e di tanti strumenti quali l'email marketing, il direct marketing, il blog, la newsletter e supporti vari. Abbiamo accennato anche ad alcuni processi di marketing quali il branding, il posizionamento, il customer journey...

Ora che disponiamo di una cassetta degli attrezzi comune, possiamo comprendere meglio come utilizzare il marketing, disciplina utile non solo alle grandi imprese multinazionali o alle grandi catene di distribuzione ma anche, e aggiungerei soprattutto, a chi ha un pet shop come il tuo, in una qualsiasi città o provincia italiana.

Ecco ora alcuni consigli per impostare al meglio la tua azione di marketing.

RICORDA CHE IL MARKETING È COERENZA

Non esiste un'attività corretta o sbagliata. Tutto dipende da come si allinea rispetto agli argomenti che abbiamo già trattato.

Ogni attività può essere corretta se rispetta il brand, il posizionamento, il prodotto.

Allo stesso modo ogni attività può essere sbagliata se non tiene conto di tutto ciò.

Coerenza significa che se ti rivolgi a una clientela alto-spendente, non organizzerai certo una semplice azione di volantinaggio, né inonderai il mercato di promozioni. Punterai più sul servizio, con alcune promozioni mirate che aiutino nel breve termine (magari in periodi particolari) senza abituare i clienti a comprare i tuoi prodotti a prezzi scontati.

Al contrario, se la tua leva è il prezzo e punti al volume, dovrai essere più diretto nelle tue promozioni e puntare magari alla fedeltà del cliente attraverso una card raccogli-punti.







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



Insomma, l'importante è che ogni azione sia collegata e coerente con tutto il resto.

Coerenza vuol dire destinare le risorse di marketing ad azioni che possano far accrescere la conoscenza e la visibilità nel marchio senza dispersioni.

Se sei un negozio con un notevole assortimento di prodotti per il benessere del cane come integratori, vitamine, antinfiammatori naturali, ecc. puoi focalizzarti, ad esempio, su un'immagine dinamica e sportiva.

A questo punto non ha senso fare pubblicità in televisione o sul quotidiano della tua città, piuttosto sponsorizza manifestazioni sportive, acquista qualche spazio

pubblicitario (affissioni/outdoor) nei dintorni di uno stadio o di un palazzetto dello sport.

Associa il tuo marchio a un concorso di bellezza o a una competizione di cani, invece di limitarti a distribuire gadget nel tuo negozio.

Ogni attività va allineata con tutto il resto.

Immagina le attività di marketing come tante frecce. Devi evitare che ogni freccia sia a sé stante: tutte devono scorrere nella stessa direzione.

Fra l'altro può capitare che un'iniziativa, presa singolarmente, funzioni.

E qui si genera l'inganno.

Perché vedendone funzionare una, un imprenditore può essere spronato a metterne in pratica molte contemporaneamente. Ma se tra loro non legano (per i motivi precedentemente detti) il rischio è che nell'insieme creino solo problemi.

Le singole iniziative, se non sono allineate a una strategia che va impostata prima di metterle in pratica, rischiano di andare l'una contro l'altra.

RICORDA CHE IL MARKETING È COSTANZA

Devi replicare allo sfinito le cose che funzionano ed essere paziente.

I risultati arrivano, per chi semina costantemente.

Cosa vuoi dai tuoi clienti? Vuoi farti conoscere.

Bene, pensa a delle fasi precise che porteranno il tuo negozio a farti conoscere.

Ad esempio: pubblicità stradale - offerta - vendita in negozio - acquisizione dati - invio dati alla lista - riacquisto. Se questa è la tua sequenza, investi sempre in questa direzione e costantemente. Mi hanno chiesto di fare pubblicità alla radio... cosa faccio? Niente. Il budget puoi investirlo solo in pubblicità stradale.

A meno che tu non abbia deciso questa sequenza: pubblicità stradale - pubblicità in radio - offerta - vendita in negozio - acquisizione dati - invio dati alla lista - riacquisto.

Chi mi dice quale sequenza sia corretta o meno?

Il target. Il mercato. La concorrenza. La tua strategia di posizionamento.

Ogni obiettivo può essere tradotto in sequenze, alle quali va dedicato il giusto tempo e il corretto budget.

Ogni obiettivo può essere tradotto in sequenze, alle quali va dedicato il giusto tempo e il corretto budget



RICORDA CHE IL MARKETING È PRECISIONE

Soprattutto per le piccole/medie imprese e le piccole attività.

Chi non ha grandi budget, deve necessariamente essere preciso e non sbagliare.



Devi pensare a te come a un chirurgo, un chirurgo che opera con un bisturi.

Il tuo marketing deve essere preciso e affilato come un bisturi e tagliare senza errori.

Se un chirurgo sbaglia perde un paziente, allo stesso modo se tu sbagli perdi soldi.

Coerenza vuol dire destinare le risorse di marketing ad azioni che possano far accrescere la conoscenza e la visibilità nel marchio senza dispersioni

Le grandi aziende possono permettersi di usare un macete, anziché un bisturi. Investono grandi somme, anche se il marketing non è corretto, anche se le attività spesso sono sbagliate, possono permettersi di perdere soldi e comunque andare avanti. I grandi numeri, i tanti mezzi, la copertura, coprono spesso gli errori e, in alcuni casi, li correggono anche.

OSSERVA I TUOI CONCORRENTI

Vuoi impostare un marketing efficace?

Guarda i tuoi concorrenti.

Studiati, osserva cosa fanno, quali sono le loro mosse, le loro iniziative. Continua a studiare il tuo mercato finché non individui una richiesta non soddisfatta e parti da lì.

Trova un vuoto da colmare, una crepa negli edifici della concorrenza, individua il lato debole da attaccare.



**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

Troverai la concorrenza diretta, ovverosia i negozi di pet shop della tua zona, la grande distribuzione che vende prodotti per animali, le catene in franchising.

Troverai anche tanta concorrenza indiretta come i siti web di commercio, ecc.



Concentrati sulla concorrenza che insiste sulla tua zona.

Cosa non offrono, che invece la tua clientela vorrebbe?

Cosa puoi migliorare? Offerta, consegne, servizi, atmosfera, accoglienza?

Cosa potrebbe spingere il cliente a scegliere te?

Perché scelgono i tuoi concorrenti?

In base alle risposte che ti darai imposterai il tuo business.

E ricorda... un "buon" marketing ripaga sempre!

Fammi sapere.





TRASFORMA LA TUA VETRINA

in una vera opportunità di business

Crea in vetrina l'effetto WOW con sconti e promozioni: un'importante leva di marketing per incentivare clienti e passanti a entrare nel tuo negozio

Sconti, promozioni, offerte... alzi la mano chi può resistere! Anche se la tua non è un'attività commerciale in cui vendi prodotti che vengono riassortiti stagionalmente, come i negozi di abbigliamento, puoi comunque decidere di lanciare un'offerta promozionale di prodotti o servizi a prezzo scontato in base ai tuoi obiettivi di vendita e alla quantità di merce presente nel tuo magazzino.

Ma perché rappresenti un'efficace leva di attrazione verso il tuo punto vendita, devi anche pensare a come presentarla in modo da attirare clienti in negozio e invogliarli a comprare.

Un consiglio? Utilizza i social network, il direct mailing o il volantinaggio.

Ma non dimenticare che uno strumento fondamentale sarà la tua vetrina.

COME ALLESTIRE UNA VETRINA PER ATTIRARE I CLIENTI

La vetrina è uno strumento di marketing potentissimo soprattutto in occasione di sconti e promozioni perché può convincere il cliente a entrare in negozio ed effettuare acquisti, ma può anche lasciarlo indifferente e farlo... passare oltre.

Ecco quindi alcune idee e consigli per creare in vetrina un allestimento efficace e perfettamente riuscito e riorganizzare il visual del tuo negozio.



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

FOCALIZZA L'ATTENZIONE

Prima di partire con l'allestimento vero e proprio, devi trovare il focus della tua vetrina attorno a cui far ruotare il progetto espositivo. Scegli il tema dei tuoi saldi e decidi su cosa fare "leva". Prezzi scontatissimi? Offerte a tempo? Rapporto qualità-prezzo imbattibile?

Farai un'unica promozione o più promozioni insieme? Dedicherai a questo tema l'intera vetrina o solo una parte? Ovviamente in questo caso cerca di evidenziare bene quali sono gli articoli in promozione rispetto agli altri.

Poi pensa a uno slogan efficace per far percepire ai tuoi clienti che grande occasione possono cogliere al volo.

IL TUO PRODOTTO HA SEMPRE E COMUNQUE UN VALORE

Il tuo allestimento deve comunicare sì le offerte, ma senza sminuire il prodotto agli occhi del cliente né abbassarne il valore percepito.

Il consiglio è di non cedere alla tentazione di collocare in esposizione di tutto e di più, cosa che genera un senso di disordine e confusione, fino a dissuadere il potenziale acquirente dall'entrare in negozio.

La vetrina deve essere, come sempre, ordinata, pulita, focalizzata su un tema o su alcuni elementi principali.

"COMBINA" LA TUA VETRINA

Puoi scegliere di esporre le migliori occasioni, quelle più invitanti, più allettanti. Conosci i tuoi clienti e sai quali sono i prodotti che non vedono l'ora di accaparrarsi a un prezzo scontato. Combinali con gli articoli che hanno meno appeal, in modo da spingerli entrambi: ne otterrai un doppio vantaggio.

Poi dai la giusta luce alle tue offerte giocando con l'illuminazione.

Fai ruotare con frequenza gli articoli in saldo. Se il cliente vede che in vetrina cambiano spesso i prodotti oggetto della promozione, ha l'impressione che le tue vendite vanno veloci e che bisogna approfittarne in fretta.



Inoltre sostituire gli articoli esposti ti dà la possibilità di dare visibilità a più prodotti e attirare più clienti. Questo principio vale sempre, non solo nel periodo delle offerte.

Mostra sempre qualcosa di nuovo.

E fai anche ruotare le diverse promozioni, così l'acquirente sarà invogliato a tornare con maggiore frequenza.

COMUNICA E COCCOLA

Per comunicare gli sconti o i prezzi d'occasione utilizza cartelli, stickers adesivi... in modo che sia molto chiaro il messaggio e l'offerta che riserbi al cliente.

Dal momento che il tuo negozio non segue il consueto calendario dei saldi, è fondamentale che il tuo cliente sappia in anticipo la data delle vendite promozionali.

Usa i tuoi canali consueti: mail list, newsletter, pagine social, sito... Puoi anche riservare un trattamento di favore ai clienti abituali e fidelizzati: un extra-sconto, una giornata di pre-promozioni, un buono sconto da utilizzare più avanti, ecc.



NIENTE MERCE... EFFETTO SORPRESA

Puoi anche decidere di allestire una vetrina senza prodotti comunicando solo con slogan e vetrofanie l'opportunità di sconti e promozioni.

È una possibilità più azzardata, ma è utile per creare aspettativa e invitare il cliente a entrare direttamente nel pet shop per vedere con i suoi occhi.

COGLI L'OPPORTUNITÀ PER FIDELIZZARE NUOVI CLIENTI

Nel periodo delle promozioni devi prestare attenzione anche al visual merchandising interno del negozio e può essere l'occasione per pensare a come riallestirlo. Se il tuo cliente è invogliato a entrare da una vetrina che promette sconti, allora deve essere guidato attraverso il punto vendita in modo da trovarli facilmente.

Evidenzia le occasioni d'acquisto, i prodotti con il migliore sconto o il migliore rapporto qualità/prezzo scontato.

Abbi cura sempre degli elementi interni al negozio che favoriscono una piacevole esperienza d'acquisto: display ed espositori in ordine, decorazioni funzionali, luci accoglienti, eventuale musica, area pagamento comoda ecc.

Il tuo obiettivo sarà portare l'acquirente a rimanere il più possibile all'interno del punto vendita per appurare la qualità dei tuoi altri prodotti, oltre a quelli in promozione. E conquistare quindi altri clienti fedeli.

Buon allestimento!



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

PIANIFICA NUOVI OBIETTIVI E UN PIANO EDITORIALE

per affrontare l'autunno con slancio

SILVIA MARINI

Tre buone pratiche per ricominciare dopo l'estate nel migliore dei modi. Perché solo programmando e organizzando potrai modificare, e migliorare, i risultati del tuo business

Sembrava ieri che, sotto il sole, ti stavi godendo un po' di meritato riposo pensando... "Ecco, a settembre spaccherò tutto... avrò molti più risultati".

Settembre è arrivato.

E, oltre ai buoni propositi, probabilmente tornerai a fare le stesse cose che hai sempre fatto, ottenendo sempre gli stessi risultati.

A meno che...

A meno che non leggi questo articolo, in cui ti indico tre buone pratiche per cominciare l'anno lavorativo alla grande.

Cominciamo.

RIFORMULA IL TUO PIANO EDITORIALE

Se segui questa rubrica da un po' dovresti aver capito l'importanza di un buon piano editoriale. L'alternativa è, come dico sempre, pubblicare "a sentimento". Cosa che ti potrebbe anche portare qualche risultato, un post "che va bene" ogni tanto, ma non sapresti il perché. Non avresti un obiettivo.

E, inoltre, pubblicare a sentimento significa pubblicare quando ti viene l'ispirazione, senza delle cadenze regolari. E molte persone potrebbero scordarsi di te.

Abbiamo dunque capito l'importanza del piano editoriale. Che, però, non può essere sempre lo stesso.

Facciamo un esempio specifico.



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



 MISTERPET www.misterpetsrl.com

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



Immaginiamo tu abbia creato l'anno scorso un piano editoriale per ricevere commenti sui tuoi social network.

È andato tutto bene, ma ora vuoi portare le persone che hanno commentato anche all'interno del tuo pet shop.

Converrai con me che il piano editoriale non può essere lo stesso, giusto?

Se prima i post dovevano solo

coinvolgere il pubblico, attirare la sua attenzione e farlo commentare, ora devi fargli abbandonare la piattaforma social in cui si trova per lasciare un contatto oppure chiamare il numero di telefono indicato sul tuo sito.

Facciamo un altro esempio.

Immaginiamo che tu l'anno scorso abbia creato un piano editoriale, sempre per ricevere commenti sui social. Hai pubblicato una serie di post che per te erano super coinvolgenti, super belli, e pensavi già che avresti ricevuto centinaia di reazioni.

Ma in realtà di commenti non ne hai ricevuto nessuno, o quasi. Ed erano raramente interessati ai prodotti del tuo negozio o alla cura e al benessere del proprio pet: "ciao", "bello", "ok"... tutto qui. Va bene, la tipologia dei tuoi post ti piaceva.

Ma se questi sono i risultati, sarebbe sciocco continuare, non pensi?

Quindi dovrai ripianificare il tuo piano editoriale, basandoti sull'esperienza dell'anno precedente, per raggiungere i tuoi obiettivi.

DECIDI I TUOI OBIETTIVI

Gli obiettivi sono fondamentali.

In caso contrario, "navigheresti a vista".

Questo vuol dire che ti potrebbe andare bene, ma molto probabilmente ti andrà male.

Abbiamo già considerato come alcuni obiettivi potrebbero essere il ricevere commenti per i tuoi post sui social oppure una telefonata per venire a visitare il tuo negozio.

Ma per te che hai un pet shop, non sono certamente gli unici.

Altri obiettivi potrebbero essere:

- l'iscrizione a una mailing list dove inviare contenuti di approfondimento;
- la visita al tuo sito web;
- la partecipazione a una serie di eventi, online e offline;
- la condivisione dei tuoi post;
- e molti altri...

Ti consiglio di stabilire uno, al massimo due obiettivi per 4-5 mesi, e creare post in tal senso. Alla fine potrai valutare i risultati e decidere se continuare così o modificare l'obiettivo per il tuo pet shop

Quello che mi sento di consigliarti, basandomi sulla mia esperienza, è di non iniziare ponendoti troppi obiettivi. Anche perché, se ne hai cinque o sei tutti insieme, come puoi creare un piano editoriale coerente?

Se i tuoi obiettivi fossero like, commenti, l'iscrizione a una mailing list, la visita al tuo sito web... quali e quanti contenuti dovresti pubblicare, tutti insieme, per raggiungerli?

E quante chiamate all'azione dovresti inserire sotto ogni post?

Certo, potresti pubblicare sei post a settimana, suddividendoli in base all'obiettivo. Ma dovresti creare, ogni singola settimana, sei post di grande qualità (sia copy che immagini). Hai il tempo per farlo?





Iv SAN BERNARD®

LUXURY CARE



THE BEST

for Dogs & Cats

Mirco Spinghieri

ivsanbernard.it



Piuttosto io ti consiglio di stabilire uno, al massimo due obiettivi per 4-5 mesi, e creare post in tal senso. Alla fine potrai valutare i risultati e decidere se continuare o modificare l'obiettivo per il tuo pet shop.

Per esempio, quest'anno nei primi cinque mesi potresti creare un piano editoriale per ricevere commenti sui tuoi post e nei mesi successivi potresti creare post per incentivare l'iscrizione alla tua mailing list.

I DATI COME ELEMENTO FONDAMENTALE DEL TUO BUSINESS

Abbiamo capito come i dati siano fondamentali per non "navigare a vista" e prendere decisioni consapevoli per il tuo business.

E in questo paragrafo entreremo maggiormente nello specifico. Innanzitutto, prima di cominciare, devi leggere i dati dell'anno lavorativo precedente.

Apri quindi un foglio Excell e inserisci:

- Quanti post hai pubblicato l'anno scorso?
- In media, quanti ne pubblicavi ogni settimana?
- Quanti commenti hanno ricevuto?
- Quanti like?
- Quante condivisioni?
- Hai ricevuto iscrizioni alla tua mailing list?
- Visite al tuo sito web?
- Nuove visite al tuo negozio?

E così via...

Creare questo foglio è fondamentale, perché in questo modo saprai con certezza qual è la situazione di partenza.

Poi ne dovrai creare un altro per le previsioni dell'anno in corso. Mi raccomando, però, devono essere realistiche e raggiungibili.

Sogni di raggiungere il milione di follower quest'anno? Ok, va bene, ma è molto più credibile che tu ne possa raggiungere 2-3.000. Sei d'accordo?

Hai ricevuto con i tuoi post 200 commenti l'anno scorso? Cerca di raddoppiare questo numero.

Hai avuto 1.000 iscritti alla tua mailing list? Punta ad averne 3.000.

Riprendi questo foglio ogni mese e guarda a che punto sei rispetto al tuo obiettivo annuale.

E così via...



CONCLUSIONI

Dopo aver letto questo articolo, puoi programmare un piano ben articolato per l'anno lavorativo in arrivo. Ora sai di dover creare un nuovo piano editoriale.

Sai di dover pianificare i tuoi obiettivi. Non troppi, a meno che tu sia in grado di pubblicare almeno sei post di grande qualità ogni settimana.

Gli obiettivi sono fondamentali. In caso contrario, "navigheresti a vista": ciò significa che ti potrebbe andare bene, ma molto probabilmente ti andrà male

Devi cominciare inserendo tutti i risultati, positivi o negativi, che hai raggiunto l'anno precedente e pianificare quali vuoi raggiungere. Mi raccomando, però, ricorda che gli obiettivi devono essere realistici, raggiungibili e misurabili.

Anche in questo caso, fammi sapere se questo articolo ti è stato utile e quali risultati inizi a ottenere.

Buon lavoro.



**SILVIA
MARINI**

Social Media Manager di professione, è cresciuta leggendo libri di marketing e comunicazione - sue grandi passioni - decidendo di laurearsi proprio in questo campo ma con una particolarità: una tesi di laurea sul Pet Marketing e i Social Media. Nel corso degli anni ha aiutato piccole imprese, piccoli negozi, pet shop, liberi e medi professionisti a servirsi dei social media come una vera risorsa di business. Applica le sue competenze e strategie anche al proprio blog personale lezampedifido.it 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.

Heiniger

OPAIL

BRILLIANT IN
PERFORMANCE
& QUIETNESS



SWISS MADE  PRECISION

www.heiniger.com

GESTIONE DEL DENARO E GESTIONE EMOTIVA DEL DENARO:

quale differenza?

EMILIO GERBONI

L'atteggiamento nei confronti del denaro viene modellato dall'ambiente e dalle esperienze di vita nel rapporto diretto e dall'osservazione dei familiari e della società

La gestione del denaro include tutte le azioni che facciamo per generare, utilizzare e scambiare denaro. Che sostanzialmente rientrano nelle aree del risparmio, dell'investimento, del guadagno e dell'acquisto. La gestione emotiva dei soldi riguarda invece il vissuto emotivo e l'atteggiamento nei confronti del denaro nelle situazioni che lo coinvolgono, che costruisce il rapporto che sia ha con esso.

Molte associazioni emotive classiche con il denaro sono di natura negativa: talvolta il denaro è "sporco", è segno di malvagità, di avidità e speculazione, egoismo, sopraffazione e ricatto, narcisismo.

Colui che possiede molto denaro viene spesso associato a tali connotazioni negative.

E anche la famosa diatriba se i soldi facciano la felicità o meno, non è altro che un'impostazione errata del problema. Così come è impossibile essere felici se si sanguina a causa di un'emorragia, così non è possibile essere felici se si hanno problemi economici.

Avere un cattivo rapporto con i soldi, significa essere fuori dalla zona di comfort rispetto all'argomento denaro. Fondamentale è dunque creare una zona di comfort.



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



Vi aspettiamo!



Il rapporto con il denaro, oltre che un atteggiamento positivo nei suoi confronti, richiede delle abilità e capacità di gestione tecnica, la cui presenza o assenza alimentano in positivo o negativo il rapporto con esso.

Il denaro, dal punto di vista psicologico, è collegato a livello evolutivo a diversi sistemi motivazionali basilari e bisogni essenziali per il nostro benessere:

- il bisogno di sicurezza/protezione: collegato al sistema motivazionale di attaccamento, a quello complementare di accudimento e a quello di difesa per la sopravvivenza (che si attiva, ad esempio, quando ci si sente aggrediti dalla concorrenza).
- il bisogno di dominanza: collegato al sistema di rango, che si attiva in presenza di risorse limitate desiderabili per i membri del gruppo sociale.

Le ossessioni angoscianti che si creano talvolta nei confronti dei soldi sono una spia che devi occuparti della loro cura, al fine di sentirti sereno e in pace con la loro gestione.

VEDIAMO COME PUOI GESTIRE EMOTIVAMENTE I SOLDI

1) Ristruttura le convinzioni e i vissuti negativi nei confronti del denaro

Esplorare il proprio rapporto con i soldi, nella propria storia personale, è elemento fondamentale per non essere offuscati nella loro gestione.

Esistono convinzioni errate sul denaro.

Spesso sono generalizzazioni eccessive, come “tutte le persone ricche sono cattive”. Tu non vuoi essere cattivo, per non essere cattivo devi essere povero.

I vissuti possono anche essere collegati a piccoli e grandi traumi o esperienze negative.

Spesso questi vissuti vengono interiorizzati a livello corporeo e sensoriale, e anche se razionalmente compresi, ci rimangono attaccati addosso. Per questo esistono procedure formalizzate di desensibilizzazione, che però richiedono necessariamente il supporto di un professionista.

2) Sviluppa un livello adeguato di intelligenza finanziaria

L'intelligenza finanziaria consiste in diverse capacità, che vanno dall'abilità numerica adeguata alla lettura del flusso di cassa, alla conoscenza della gestione dei soldi nelle aree indicate all'inizio dell'articolo (investimento, risparmio, acquisto, guadagno). Insomma, tutto ciò che è inerente al corretto utilizzo dei tuoi soldi e a come generarli.

Tutti gli investitori operano attraverso algoritmi e strategie a cui si attengono, senza lasciare il timone a decisioni di pancia. Un esempio è la strategia stop-loss, che è basata sull'aver un parametro predeterminato che comunica quando uscire dalle operazioni finanziarie e limitare eventuali perdite, senza degenerare come un giocatore d'azzardo.

Tutto ciò è funzionale alla costruzione di un piano d'azione strategico e di un sistema previsionale che ti dia stabilità nel tempo.

3) Sgancia il denaro dalla tua identità

La quantità di denaro che possiedi non ti definisce come persona. Valutare una persona migliore o peggiore in base ai traguardi che raggiunge, degna di apprezzamento o disprezzo, è un brutto problema sociale che si chiama ignoranza.

Non indica nemmeno quanto sei bravo nel tuo lavoro dal punto di vista tecnico, perché esistono persone bravissime e povere. Il modo più semplice di dartene prova è pensare a molti artisti che in vita hanno fatto la fame.

4) Sgancia il denaro dall'affetto verso le persone che si amano

Scambiare affetto con soldi è un altro problema gravissimo che comporta la confusione emotiva e interferisce con la gestione corretta dei soldi.

Il gesto simbolico del dono o scambio di denaro può essere un modo di esprimere e comunicare affetto, se il valore simbolico del gesto è ben ritualizzato. Ma non può sostituirsi all'affetto fisico



e verbale, al contatto profondo tra le persone. Il denaro non determina quanto e se sei o meno meritevole di amore.

5) Sgancia il denaro dalla competenza (e vinci la sindrome dell'impostore)

“Chi sono io per chiedere questo!”. Scomodissima sensazione da provare.

Come liberartene? Impara a quantificare economicamente prodotti e servizi (pricing).

La scienza del pricing è una disciplina per la quale esistono professionisti specifici, quindi non semplice. Quello che possiamo dire è che il valore del prodotto o servizio è espressione della capacità di marketing e negoziazione del valore percepito dello stesso.

Non solo. Il pricing è anche figlio dell'analisi finanziaria che vai ad effettuare e dei valori del mercato.

Esempio: un ristoratore che offra un menu composto da materie prime che hanno un costo elevato, per marginare dovrà per forza di cose applicare un costo che sarà almeno più alto dei costi delle materie prime (senza contare tutti gli altri costi variabili e fissi).

Il principio essenziale è che ogni cosa ha molto valore per il target giusto, e poco valore per il target sbagliato.

Il target giusto è quello che valuta di grande valore per lui ciò che tu offri.

6) Struttura un sistema di misurazione di valore che non sia collegato al valore economico

Spesso ti capita di non considerare il tuo tempo, la tua energia, le tue emozioni, i tuoi valori. Sottovaluti questi “costi”, non li inserisci nell'equazione e ti senti svuotato, esaurito, frustrato e arrabbiato.

Pensi: “Ma chi me lo fa fare!”.

Non devi mai mettere davanti una remunerazione economica (sicuramente necessaria, ma non sufficiente) a una remunerazione di significato, di contributo e di benessere.

Mettere al centro il tuo benessere emotivo e la tua autostima ti permette di ragionare in termini di investimento in cui i tuoi soldi possano arricchirti di ciò che è veramente importante e diventare veramente un mezzo e non un fine.

In questo modo i tuoi soldi possono essere investiti per avere uno scambio di valore superiore (salute, benessere, rilassamento, gioia, bellezza, pace, acquisizione di skill etc.) ma non fare, come solitamente avviene, il contrario.

Il contrario sarebbe sacrificare il tuo tempo, la tua energia, i tuoi valori, la tua integrità per soldi. E questo finisce per renderti molto più povero.

7) Fai chiarezza sullo stile di vita che vuoi realizzare

I soldi finanziano il tuo stile di vita, che include le persone che vuoi attorno, la tua visione del mondo, le situazioni che vuoi vivere e i problemi di cui ti vuoi occupare.

Quando hai chiaro il tuo stile di vita e l'hai ben definito, le emozioni diventano una bussola più chiara per aiutarti a rimanere sul binario giusto nella costruzione della realtà a cui senti di appartenere.



**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



PROMEMORIA POS E FATTURA ELETTRONICA

Abbiamo già dedicato ampio spazio all'obbligo dell'utilizzo del POS e della fatturazione elettronica (rispettivamente sui numeri di aprile e giugno 2022), ma è importante tenersi aggiornati sulle novità più recenti in materia: destinatari, obblighi e sanzioni

DAL 30 GIUGNO SANZIONI PER CHI NON ACCETTA I PAGAMENTI ELETTRONICI

Tra le novità introdotte dal Decreto PNRR-2 in ambito fiscale e tributario, l'art. 18, comma 1, ha anticipato al 30 giugno 2022 (rispetto al termine del 1 gennaio 2023 stabilito dal primo Decreto PNRR) l'applicazione delle sanzioni previste nei confronti di commercianti e professionisti che non accettano i pagamenti elettronici, ossia coloro che, nell'esercizio dell'attività di vendita di prodotti o di prestazione di servizi, non accettano pagamenti effettuati con carte di debito o di credito, ad esclusione dei casi di "oggettiva impossibilità tecnica", come disposto dall'art. 15, comma 4, del D.L. n. 179/2012.



Nei casi di mancata accettazione di un pagamento effettuato con una carta di debito o di credito, di qualsiasi importo, da parte di un soggetto obbligato, si applica

la sanzione amministrativa e pecuniaria di 30 euro, aumentata del 4% del valore della transazione per la quale sia stata rifiutata l'accettazione del pagamento tramite POS.

NUOVI OBBLIGHI DI FATTURAZIONE ELETTRONICA PER I FORFETTARI

Il Decreto PNRR-2 ha eliminato gli esoneri in materia di fatturazione elettronica e trasmissione telematica delle fatture o dei relativi dati previsti per i soggetti nei cosiddetti regimi minimi (regime di vantaggio, regime forfettario e associazioni sportive dilettantistiche che, nel periodo d'imposta preceden-

te, hanno conseguito dall'esercizio di attività commerciali proventi per un importo non superiore a euro 65.000).

Dal 1 luglio 2022 infatti hanno l'obbligo di emettere fattura in formato elettronico qualora i ricavi/compensi dell'anno precedente, ragguagliati ad anno, siano risultati superiori ai 25.000 euro.

Il cedente o prestatore che viola obblighi inerenti alla documentazione e alla registrazione di operazioni non imponibili, esenti, non soggette a imposta sul valore aggiunto o soggette all'inversione contabile di cui agli artt. 17 e 74, commi 7° e 8°, del D.P.R. 26 ottobre 1972, n. 633, è punito con sanzione amministrativa compresa tra il 5 e il 10% dei corrispettivi non documentati o non registrati. Tuttavia, quando la violazione non è rilevante ai fini della determinazione del reddito, si applica la sanzione amministrativa da euro 250 a euro 2.000.

Rimane l'obbligo di assolvimento dell'imposta di bollo per importi superiori a 77,47 euro ma, trattandosi di fatture elettroniche, non è più possibile l'apposizione fisica del bollo che deve quindi essere assolta in modo virtuale, ossia versandola con modello F24.

È molto importante ricordare che:

- a partire dal 1 gennaio 2024 l'obbligo di emissione della fattura elettronica si estenderà anche ai minimi e forfettari con ricavi o compensi inferiori ai 25.000 euro.
- per il terzo trimestre 2022, ossia nei primi tre mesi di obbligatorietà, non saranno applicate le sanzioni per tardiva emissione della fattura elettronica se la stessa è emessa entro il mese successivo a quello di effettuazione dell'operazione.





New

Provalo
e Scopri tutti
i vantaggi

PRO.COMPLETE[®]

COMPLETE NUTRITION PROGRAM

PREPARAZIONE ALLEVAMENTO MUTA **MANTENIMENTO**



COMPLETO

PER TUTTE LE FASI VITALI

Disponibile per Canarini - Esotici - Indigeni
nelle versioni di Preparazione, Allevamento, Muta e Mantenimento

Pineta Zootecnici - tel. 0522.553616
www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com

CREA UN TEAM VINCENTE

e costruisci solide fondamenta per il tuo business

ASSUNTA INCARNATO

I tuoi collaboratori sono una risorsa molto importante: spesso la loro gestione può determinare il successo (o insuccesso) della tua azienda. Ecco 5 KPI di cui non puoi fare a meno

I collaboratori rappresentano una delle risorse più importanti per qualsiasi piccola e media impresa. Anche per la tua. Trascorri con loro gran parte della giornata, forse più tempo che con la tua stessa famiglia. Imparare a gestire il tuo team è dunque fondamentale. E può decretare il successo della tua azienda.

Vediamo allora cinque KPI (Key Performance Indicator) che possono aiutarti.



1. FATTURATO PER DIPENDENTE

Non voglio sembrarti troppo cruda, ma un dipendente è un investimento. E il più delle volte anche il più costoso.

Quindi abituati a pensare a lui proprio in questi termini: il costo che sostieni per avvalerti della sua collaborazione deve essere giustificato in termini di fatturato.

Un indicatore che può esserti utile in questa riflessione è dunque proprio il fatturato per dipendente.

Calcolarlo è molto semplice:
fatturato totale / numero di dipendenti.

Presta attenzione a considerare correttamente i



dipendenti part time. Dovrai conteggiarli “in proporzione”: un dipendente che presta la sua attività lavorativa per il 75% del tempo lo dovrai conteggiare 0.75, uno full time 1, e così via. E ricordati di considerare anche gli straordinari.

Ora, dati alla mano, confrontali con il tuo fatturato.

Il costo di ogni dipendente deve essere sempre inferiore al fatturato a lui imputabile.

Altrimenti non si tratta più di un investimento.

Naturalmente poi potrai approfondire l'analisi in base alle mansioni di ognuno, all'effettiva produttività, etc.

Ma, in assenza di dati più precisi, questo indicatore è un ottimo punto di partenza.

2. INDICE DI SODDISFAZIONE DEI COLLABORATORI

Generalmente avere collaboratori soddisfatti aumenta la produttività, migliora il clima aziendale, diminuisce sensibilmente il turn over e quindi i costi per eventuali sostituzioni.

Potrebbero sembrare luoghi comuni, ma questa è la realtà.

Le aziende più di successo al mondo investono tantissimo sulla soddisfazione dei propri collaboratori.

Che si può, anzi si deve, misurare.

Ma come?

Spesso è opportuno rivolgersi a società terze (serie) che si occupino di sviluppare un sistema di rilevazione ad hoc, ad esempio tramite un questionario (anonimo) sia di tipo qualitativo che quantitativo.

Qualitativo nel senso che possono essere previste delle domande aperte, in cui il collaboratore può esprimere liberamente le proprie impressioni e formulare proposte.

Quantitativo nel senso che possono essere identificati dei precisi parametri (come comunicazione, organizzazione, ripartizione dei ruoli, etc.) a cui il collaboratore può assegnare un punteggio, ad esempio da 1 a 5 (dove 1=molto insoddisfatto e 5=molto soddisfatto).

È fondamentale che il questionario sia anonimo e strutturato in modo tale che non ci sia alcuna possibilità che tu possa riconoscere chi lo ha compilato. Sembra ovvio, ma anche se distribuisci un questionario cartaceo, i collaboratori potrebbero temere ritorsioni e quindi non compilarlo in modo sincero per evitare di essere riconosciuti ad esempio dalla loro grafia.

Se vuoi provare a farlo tu, puoi utilizzare i moduli online, come Google Moduli (www.google.com/intl/it/forms/about) o Survey Monkey (<https://it.surveymonkey.com/>).

Ricorda sempre che il tuo obiettivo è quello di raccogliere impressioni e suggerimenti per migliorare la tua azienda, non punire i tuoi collaboratori.

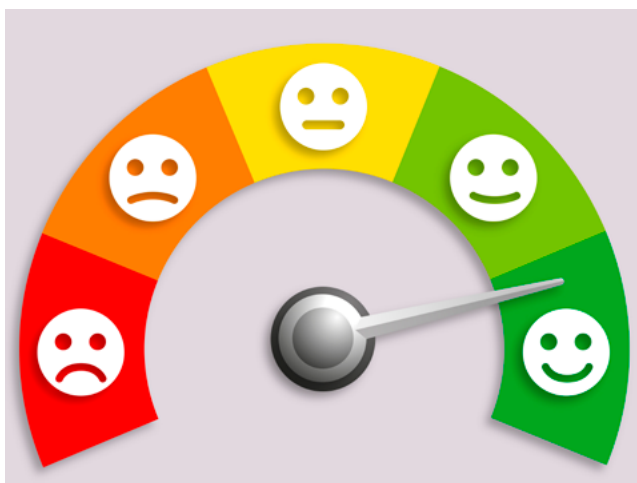
Non sentirti giudicato, non è una questione personale!

Una volta raccolti i dati, saranno una fonte preziosa di suggerimenti per capire su cosa devi lavorare per migliorare il clima in azienda e per implementare una strategia condivisa.

Ripeti il sondaggio periodicamente, ad esempio ogni sei mesi, per verificare che le strategie abbiano effettivamente avuto l'esito sperato.

3. TEMPO DI INSERIMENTO

Il tempo di inserimento è il lasso di tempo (=giorni) necessario a un nuovo collaboratore del tuo team affinché comprenda e impari come muoversi in azienda, comportarsi con i colleghi e con i



clienti, quali siano le procedure interne a cui attenersi, dove trovare il materiale a lui necessario per svolgere le sue funzioni, etc.

E più tempo ci metterà a imparare a muoversi, più ti costerà denaro.

Sarò più precisa: tu dovrai pagarla ugualmente, anche se lui non sarà ancora nella condizione di occuparsi di ciò per il quale lo hai assunto e quindi di dare il suo contributo.

E non è colpa sua.

Spesso le persone sono improduttive perché non sanno come muoversi, a chi rendere conto, cosa ci si aspetta da loro.

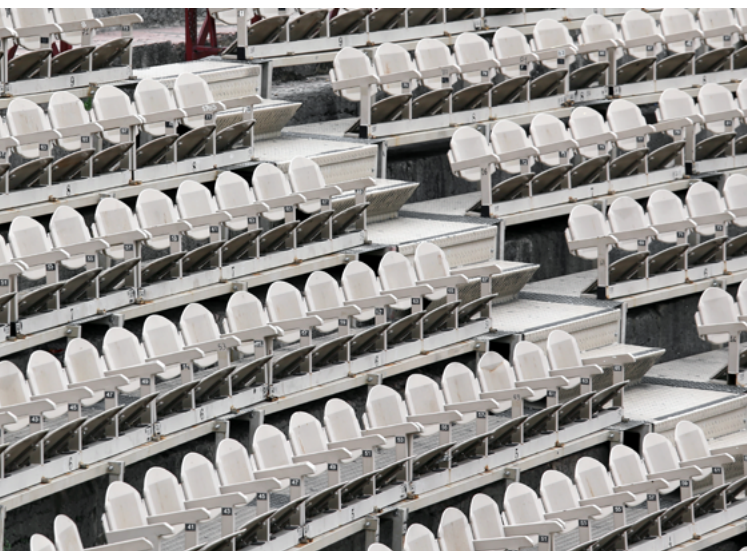
Quindi è essenziale monitorare i giorni che un nuovo collaboratore ci impiega per inserirsi e, anche in questo caso, cercare di minimizzarli il più possibile.

Come?

Usualmente quando una nuova persona viene accolta nel team viene affiancata da un senior, che gli spiega per filo e per segno "come funzionano le cose" per giorni, settimane, anche mesi.

Ottimo, così le persone improduttive ora sono due.

E se invece chiedessi al collaboratore senior di preparare un manuale, una guida, nel quale spiegare nel dettaglio sia l'organizzazione interna che le procedure alle quali il nuovo collaboratore si deve attenere e i risultati che deve conseguire?



Certo, sarebbe più faticoso scrivere un manuale... ma andrebbe a beneficio di tutti, sarebbe "ufficiale", non contemplerebbe margini di errori (contrariamente alla voce tramandata da uno all'altro), e lo potresti utilizzare anche per i tuoi prossimi nuovi collaboratori.

4. TASSO DI ASSENTEISMO

Quando i collaboratori sono assenti dal lavoro, ti costano denaro e creano disagi all'interno della tua azienda (pensa solo che li devi sostituire).

E la situazione si aggrava nel momento in cui sono soggetti strategici, ossia che si occupano di specifiche mansioni o clienti.

Oltre a strutturare e implementare un organigramma e un funzionigramma che ti permetta di gestire agevolmente situazioni improvvise, è utile monitorare costantemente il tasso di assenteismo.

È bene precisare però che ci sono diverse tipologie di assenteismo: quello legale (ad esempio la domenica), quello autorizzato (come le ferie e i permessi) e quello non autorizzato.

Per quanto riguarda l'assenteismo legale e autorizzato non ci sono particolari problemi. Certo, comporta un costo, che è comunque programmabile. Senza contare il fatto che avere collaboratori più soddisfatti, riposati e che hanno potuto usufruire del tempo libero di qualità fa senza dubbio bene anche alla tua attività, in quanto aumenta la loro produttività.

Al contrario, è l'assenteismo non autorizzato che causa la maggior parte dei problemi, perché è improvviso e sintomo che "qualcosa non va".

Ci sono tanti motivi che spingono un collaboratore a prendersi una giornata di assenza dal lavoro: problemi familiari, stress, disaffezione nei confronti del team di lavoro e dell'azienda, solo per citarne alcuni...

Come monitorare l'assenteismo non autorizzato?

Molto semplice.



Lo puoi riconoscere perché si tratta generalmente di periodi brevi ma frequenti, e soprattutto non giustificati.

Ti suggerisco di monitorarli attentamente, sia a livello generale, che per gruppo di lavoro o per singolo dipendente: questi comportamenti possono nascondere, come anticipato, situazioni di disagio che se individuate in tempo possono essere facilmente risolte (ferie anticipate, ridefinizione delle mansioni e degli obiettivi, etc.).

5. TASSO DI ABBANDONO

Hai mai sentito parlare di aziende che hanno un alto ricambio di personale, nelle quali le persone rimangono pochi mesi, e poi vanno via?

Io ne ho sentito parlare spessissimo, e mai bene.

"Quell'azienda? È un porto di mare... trovi sempre gente nuova e raramente preparata".

Quando i collaboratori sono assenti dal lavoro ti costano denaro e creano disagi all'interno della tua azienda. E la situazione si aggrava nel momento in cui sono soggetti strategici, ossia che si occupano di specifiche mansioni o clienti

Ecco, non è un bel biglietto da visita.

Sia per i futuri collaboratori che, sapendo che nella tua azienda c'è un elevato turn over, eviteranno di candidarsi per eventuali posizioni aperte, sia per i clienti, che inevitabilmente subiranno dei disagi nel momento in cui si troveranno ad interfacciarsi con persone sempre nuove (e ragionevolmente inesperte, dato che hanno bisogno di tempo per inserirsi).

Ma c'è di più.

Ogni volta che hai un nuovo collaboratore nel tuo staff e lo devi formare, servono tempo, risorse, pazienza... denaro.

Quindi avere un elevato tasso di abbandono dei collaboratori è anche costoso.

Il tuo obiettivo, dunque, a meno che tu non abbia una multinazionale per la quale le persone sono "facilmente sostituibili", è ridurre al minimo il tasso di abbandono dei dipendenti.



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

Ma come?

Innanzitutto essendo molto chiaro nella fase di selezione del personale: chi cerchi, che profilo (anche caratteriale) deve avere, di che mansioni specificatamente deve occuparsi, quali sono gli incentivi previsti e i risultati che ti aspetti questa persona consegna.

Sembrano cose scontate, ma non sai quante volte ho visto dipendenti abbandonati a sé stessi, senza la minima idea di come muoversi in azienda, di quale fosse il loro ruolo e soprattutto di cosa ci si aspettasse da loro.

In questa situazione è ovvio poi che i collaboratori si impuntano su questioni "marginali" come retribuzioni o ferie e cercano di fregarti stando a casa a poltrire fingendosi malati.

La gente in gamba in giro c'è, si tratta solo di individuarla, trattarla bene, e far sì che rimanga.

Come si calcola il tasso di abbandono?

Molto semplice.

$$\frac{\text{Nr. di collaboratori dimessi}}{\text{Nr di collaboratori nel periodo}} \times 100$$

Tra i tuoi obiettivi, quindi, ci dovrebbe essere quello di monitorare costantemente questo indice e attuare le strategie più adatte per minimizzarlo.

Se applicherai questi 5 indicatori nella gestione quotidiana della tua impresa, vedrai che ne trarrà giovamento non solo l'ambiente lavorativo (che sarà più sereno), ma anche il successo/fatturato della tua azienda.

A presto.





AUTOFINANZIAMENTO: VANTAGGI E SVANTAGGI

che devi conoscere

GIUSEPPE DI DOMENICO

Ti sei mai chiesto se le fonti di finanziamento che utilizzi per mandare avanti la tua impresa sono quelle giuste per farla crescere in sicurezza?

Gli investimenti in asset e persone, nonché le spese necessarie per arrivare sul mercato, vendere, produrre e consegnare prodotti o erogare servizi devono trovare necessariamente una copertura finanziaria. Nulla che tu già non sappia.

Sai benissimo infatti cosa significhi farsi carico della responsabilità di trovare le risorse finanziarie a copertura delle spese di gestione e degli investimenti, senza esporre l'azienda a troppi rischi e senza rimetterci il capitale proprio.

Il compito non è affatto facile, dato che esistono diverse modalità per finanziare un'azienda.

Il fabbisogno finanziario può essere coperto con le tue risorse personali, con quelle che chiedi in prestito, con quelle che raccogli da investitori più o meno inconsapevoli e con quelle generate dall'attività operativa.

La vera difficoltà sta nel valutarle attentamente prima di scegliere quella giusta, tenendo conto delle caratteristiche della fonte dei capitali, delle obbligazioni connesse ai rapporti contrattuali, del rischio associato alle diverse fonti di finanziamento e del costo del denaro.

Per quanto possa sembrare semplice, definire la struttura finanziaria giusta per la tua impresa non è per niente un gioco da ragazzi.

Ecco perché la maggior parte delle PMI lavora con una struttura finanziaria sbilanciata, spesso molto fragile, che genera costi sproporzionati rispetto alla redditività del capitale investito e porta, inevitabilmente, alla carenza di liquidità nel medio-lungo periodo.

Ma come progettare la struttura finanziaria corretta per la tua azienda?

Le opzioni tra le quali scegliere dipendono dal modello di business e dal contesto nel quale decidi di operare, ma spesso gli imprenditori non sanno nemmeno di averne più di una.

Per quanto possa sembrare semplice, definire la struttura finanziaria giusta per la tua impresa non è per niente un gioco da ragazzi



LA PRIMA ALTERNATIVA ALL'AUTOFINANZIAMENTO: IL CANALE BANCARIO

Tra le migliaia di aziende che ho assistito in oltre 15 anni di consulenza, ho riscontrato un minimo comune denominatore: la scelta della fonte di finanziamento ricade quasi sempre sul debito bancario o sul denaro preso in prestito da parenti e amici, quello che io chiamo “*family financing*”.

Nessun'altra fonte di finanziamento viene presa in considerazione, se non in misura marginale. Eppure c'è da stare attenti a limitare al solo canale bancario l'accesso al capitale necessario per finanziare l'azienda e, soprattutto, bisogna prestare molta attenzione alle condizioni richieste per accedere al credito e al costo del denaro.

Perché spesso una struttura finanziaria basata sulle banche alimenta una crescita aziendale poco sostenibile. Il ricorso al credito bancario è spesso troppo costoso, inefficiente e altamente rischioso.

I finanziamenti bancari, se ben correlati agli asset e richiesti nella fase ‘giusta’ della vita aziendale, permettono di velocizzare la conquista delle quote di mercato e di raggiungere la soglia produttiva oltre la quale l'azienda può sfruttare i benefici delle economie di scala.

Ma quando le banche sono la principale fonte di finanziamento di un'impresa, se non l'unica, i rapporti bancari sono destinati a drenare risorse dall'attività produttiva, riducendo la liquidità disponibile per coprire le spese e finanziare gli investimenti.

Più l'azienda si indebita con il sistema bancario, più il rischio percepito dalle banche aumenta, più aumentano i costi delle nuove linee di credito, più la marginalità si riduce e gli utili si abbassano, più l'azienda è costretta a indebitarsi. E così via, in una spirale che conduce l'azienda a navigare in acque sempre più agitate fino a quando il rischio è troppo elevato e le banche riducono il loro sostegno.



Quando gli istituti di credito fiutano le difficoltà finanziarie di un'impresa, infatti, vendono i loro prodotti a condizioni sempre peggiori per l'imprenditore e la sua PMI perché devono coprirsi dal rischio di credito, che esplose quando l'azienda inizia a manifestare i primi problemi di liquidità. E se vengono meno le risorse per sostenere le spese del debito bancario e si accumulano ritardi nel pagamento delle rate o degli interessi, si passa dalla padella alla brace.

Le banche ritirano il proprio appoggio e fanno pressione per rientrare del credito concesso, il prima possibile e prima di tutti gli altri creditori.

Così l'imprenditore inizia a trascorrere giornate intere cercando soluzioni utili a far quadrare i conti. E se è costretto a dedicare la maggior parte del suo tempo alla gestione delle relazioni con le banche, invece che dedicarsi alla vendita, al marketing, all'attività produttiva, prima o poi ne risente tutta l'attività, che rallenta sempre di più.

LA RACCOLTA DI CAPITALI COME ALTERNATIVA ALL'AUTOFINANZIAMENTO: QUALI SONO I LIMITI?

Optare per investitori esterni non sempre conviene.

Certo, c'è la condivisione del “rischio di impresa”, ma se la partecipazione non è ad azionariato diffuso, corri il rischio di restare impantanato in una lunga serie di bracci di ferro con i tuoi soci finanziatori che possono frenare gli investimenti o ostacolare le decisioni e far mancare il loro appoggio quando le cose vanno male.

Perché non sono disponibili a mettere altri soldi in azienda se hanno subito delle perdite e ostacolano anche l'ingresso di nuovi capitali.



E se le cose vanno bene?

Un investitore ben capitalizzato potrebbe decidere di scalare la partecipazione e assumere il controllo della società scavalcando l'imprenditore, potrebbe vendere le quote ai concorrenti oppure contestare le sue decisioni, ostacolando in consiglio di amministrazione.

In tutte queste circostanze, comuni alla maggior parte delle PMI, la soluzione migliore è l'autofinanziamento, che sono fermamente convinto sia il modo più sano e sicuro di crescere e garantire la continuità aziendale.

COS'È L'AUTOFINANZIAMENTO?

L'autofinanziamento è una strategia per finanziare l'azienda senza far ricorso a fonti esterne.

Permette infatti di finanziare la crescita del fatturato e gli investimenti attraverso le risorse generate dall'attività caratteristica dell'azienda, in tutto o in parte.

Tra tutte, è la fonte di liquidità più trascurata dagli imprenditori e quella meno conosciuta, forse perché meno facile da gestire e meno immediata rispetto ai finanziamenti bancari o al ricorso agli investitori.

Ciononostante rimane l'unica in grado di garantire una crescita progressiva e sostenibile, nonché totalmente controllabile dall'imprenditore.

Sfruttare l'autofinanziamento non vuol dire rinunciare ad altre fonti di liquidità.

L'autofinanziamento può essere inserito all'interno di una strategia di ottimizzazione finanziaria più ampia, come una delle fonti di finanziamento, ma può anche rappresentare l'unica modalità di finanziamento dell'azienda. È estremamente flessibile perché si adatta sia in fase di start-up aziendale, che in fase di crescita o persino di declino.

Nella fase di crescita è ideale perché consente di ridurre il rischio di credito per l'azienda e il rischio imprenditoriale a carico dei soci.

Quando l'azienda è in fase di declino rappresenta invece lo strumento finanziario perfetto per massimizzare la redditività della liquidità già investita e ridurre gli esborsi finanziari a servizio del debito accumulato.

Credo profondamente che un'azienda in grado di autofinanziarsi possa alimentare la sua crescita tramite le risorse che genera internamente, cioè le risorse derivanti dall'attività caratteristica.

L'autofinanziamento è una tecnologia finanziaria concreta, che si fonda sulla configurazione del modello di business. Dipende dalla tipologia di clientela, dalle relazioni con i fornitori, dall'organizzazione della produzione e dal ciclo di cassa. O meglio, dal modo in cui l'imprenditore le progetta e le implementa.

COME MISURARE L'AUTOFINANZIAMENTO

Per misurare il grado di autofinanziamento di un'azienda si può utilizzare con buona approssimazione il margine operativo lordo, anche se non basta, perché lo misura solo in termini economici ma non dice nulla sulla capacità finanziaria dell'azienda.

Per misurarlo in questi ultimi termini occorre calcolare il ciclo di cassa, quindi i tempi di incasso, i tempi di pagamento e la rotazione del magazzino.

Inserirlo tra le fonti di finanziamento che la tua strategia finanziaria prevede, permetterà anche a te di ridurre il rischio imprenditoriale e stabilizzare la crescita della tua azienda, senza dover più subire i tracolli derivanti da un ammanco da parte di una delle fonti esterne.

LE RAGIONI PER CUI DOVRESTI IMPLEMENTARE L'AUTOFINANZIAMENTO NELLA TUA AZIENDA

1. Indipendenza e libertà nelle scelte imprenditoriali

Il primo vantaggio che otterrai dell'autofinanziamento è l'indipendenza/flessibilità nelle scelte di investimento.

Seguendo questa strategia non dovrai più giustificare le scelte di investimento né alle banche né agli investitori. Sarai più rapido nel cogliere le opportunità di mercato e non perderai più tempo in processi burocratici inutili.





Potrai persino apportare cambiamenti al modello di business o ripensarlo integralmente, senza preoccuparti degli aspetti connessi alle fonti di finanziamento utilizzate, a prescindere che la tua azienda sia una startup o debba attraversare una fase di rinnovo di asset e prodotti.

Non solo, se il tuo business è in grado di autofinanziarsi, puoi anche “licenziare” i clienti in perdita senza subire conseguenze derivanti dalle scelte finanziarie che hai fatto.

2. Spinta alla massima efficienza

Una struttura finanziaria impostata sull'autofinanziamento va a braccetto necessariamente con l'implementazione di un sistema di controllo di gestione strategico in grado

di monitorare le entrate e le uscite. Senza questo, sarebbe impossibile individuare eventuali inefficienze e intervenire sui reparti aziendali che drenano inutilmente liquidità.

Sganciarsi dai finanziamenti bancari e attrezzarsi per contare solo sulle risorse che derivano dalla propria attività costituisce un'ottima palestra per allenare il controllo sulle spese da effettuare, in funzione delle risorse che entrano.

Proprio le risorse limitate mettono l'imprenditore nelle condizioni di avere un maggior controllo di gestione sulle entrate e sulle uscite, in modo da valutare con crescente attenzione gli investimenti in asset, servizi e persone.

L'autofinanziamento, inoltre, ti induce a prestare maggiore attenzione alle possibilità di risparmio, permettendoti di tagliare subito tutte le spese inutili e di evitare investimenti in asset che non sono strettamente necessari.

3. Cicli di cassa più sostenibili

Quando si interviene per arginare un'emorragia di liquidità, bisogna lavorare immediatamente sul ripristino di un ciclo di cassa virtuoso.

Il problema può essere il pagamento con largo anticipo delle forniture, a fronte di pagamenti dai clienti non prima di 90-120 giorni. Quando la cassa gira così male, il fatturato può arrivare anche alle stelle ma sul conto aziendale restano sempre pochi spiccioli.

È necessario dunque implementare cicli di cassa più sostenibili se si decide di non ricorrere a finanziamenti esterni per alimentare il fatturato.

Bisogna ridurre le dilazioni di pagamento concesse ai clienti. In questo modo è possibile poi finanziare buona parte della produzione. Nel contempo bisogna anche ottenere pagamenti più lunghi dai fornitori.

Nessun cliente e nessun fornitore diventa indispensabile quando disponi delle tecniche giuste, e questo ti permette di aprire il tavolo della contrattazione.

4. Maggiore stimolo all'innovazione

Spesso il fatto di beneficiare di risorse immediate e pronte ad essere utilizzate da parte delle banche non permette di osservare quanto pesanti siano certi processi organizzativi aziendali.



Riducendo drasticamente i finanziamenti bancari le risorse diventano più scarse, la curva di apprendimento dell'imprenditore e del suo team si impenna e la comprensione di ogni aspetto rilevante per il successo del business si amplifica. Vengono allora prese decisioni di "make-or-buy" che mai sono state introdotte prima, lasciando in azienda solo le fasi di produzione a maggior valore aggiunto. L'organizzazione è più stimolata a lavorare con efficienza in termini di costi e a sviluppare un set di competenze molto più versatile.



In più la necessità di poter investire solo una parte delle risorse generate spinge subito a creare prodotti e servizi allineati alle esigenze del mercato, che i clienti possano comprare e pagare in fretta.

5. Riduzione del rischio per gli errori nella gestione finanziaria

Un po' tutti gli imprenditori che ho assistito nella risoluzione dei problemi di liquidità, in un modo o nell'altro, stavano rischiando il proprio patrimonio personale.

Questo succede quando l'indebitamento raggiunge un livello così elevato che i creditori, pur di recuperare parte delle somme che spettano loro, sono pronti a mettere le mani su ville di famiglia, conti correnti, collezioni private etc.

Un rischio che aumenta tanto più è elevato il valore del patrimonio personale.

Comprendi bene che se le risorse vengono spremute dall'interno dell'azienda, nessuno ti chiede garanzie o si sogna lontanamente di mettere le mani sui tuoi beni. È importante dunque lavorare per mettere in sicurezza il patrimonio personale, in modo assolutamente lecito e trasparente.

Ecco perché mi impegno a diffondere il più possibile il ricorso all'autofinanziamento come fonte principale per alimentare le risorse necessarie alla propria attività: non accedere a risorse finanziarie esterne riduce il rischio di errori di gestione ma soprattutto riduce l'entità delle conseguenze che derivano da questi sbagli.

6. Incremento del valore dell'azienda

Il fatto che l'azienda vada avanti principalmente grazie all'autofinanziamento determina un incremento del suo valore e del suo appeal per i finanziatori esterni.

Avviare un'attività con l'autofinanziamento e mantenerla in questo stato il più a lungo possibile, alimentando la crescita attraverso flussi di cassa operativi, porta ad una valutazione più elevata quando gli investitori mettono i soldi in società.

Non solo, anche le banche sono portate a concedere i crediti a condizioni migliori, se si decide di sfruttare anche questo canale.

I VERI SVANTAGGI DELL'AUTOFINANZIAMENTO: PUOI TOLLERARLI?

Gestire un'azienda che si autofinanzia è molto più impegnativo che sfruttare i finanziamenti esterni. Ci sono dei risvolti che, in prima battuta, possono darti la sensazione di aver fatto dei passi indietro, invece che avanti.

In poche parole possono esserci degli svantaggi.

Uno tra tutti: acquisti meno efficienti dai fornitori. Almeno fino a quando non stipuli contratti di fornitura precisi. Succede perché gli ordinativi sono fatti soltanto sul venduto e non puoi fare stock di magazzino, avvantaggiandoti degli sconti sulla quantità.



Se pensi però a tutte le risorse che rimarrebbero bloccate in magazzino perché i prodotti non vengono venduti, tra i due mali la scontistica inferiore è certamente il minore. Ma è da tenere in conto.

E sempre per dovere di trasparenza devi sapere che questo non è l'unico lato negativo. Un'azienda che si autofinanzia cresce più lentamente rispetto a una che usufruisce di finanziamenti esterni. Si tratta però di una crescita più solida, ben pensata e soprattutto meno rischiosa.

L'acquisizione di asset e l'inserimento di persone, fattori fondamentali per la crescita aziendale, in questo caso vengono fatti in maniera più graduale, perché strettamente connessi all'incasso dei crediti verso i clienti e alla marginalità delle vendite.

Allo stesso modo potresti perdere opportunità di mercato, perché magari non ci sono ancora le risorse necessarie a finanziare una maggiore produzione e soddisfare richieste particolari da parte di un cliente.

Le risorse finanziarie di un'azienda che si finanzia da sola, infatti, sono disponibili solo in maniera progressiva e non in un'unica soluzione e immediata come avviene con i finanziamenti bancari o da parte degli investitori.

Anche l'accumulo di capitali in vista di nuovi investimenti richiede quindi più tempo, proprio perché progressivo.

Una condizione che, di conseguenza, può comportare anche uno stallo della crescita anche se, a ben guardare, si tratta solo di rinviarla a un momento successivo.

Ogni decisione legata al business, secondo la strategia dell'autofinanziamento, viene presa sulla base di informazioni certe, verificate e concrete.

Questo avviene perché, come ti ho già accennato, l'autofinanziamento va di pari passo con l'implementazione di un sistema di controllo di gestione strategico, che permette di monitorare l'andamento di tutte le variabili fondamentali per il successo del business. Sotto certi aspetti può rappresentare uno svantaggio perché richiede un monitoraggio continuo, un lavoro costante, che deve restituire dati precisi e in grado di portare a galla immediatamente eventuali inefficienze.

In caso di perdite, anche se c'è il rischio che manchino le risorse per coprirle, è comunque un rischio ridotto o calcolato, proprio perché chi tiene le redini della struttura finanziaria sei tu che, tenendo d'occhio sempre i numeri aziendali, ti accorgerai subito di eventuali segnali di difficoltà e riuscirai a porvi rimedio in tempo.

Quanto scritto, però, non vale in caso di perdite importanti, perché con l'autofinanziamento non c'è margine derivante dalle vendite e se l'imprenditore non ha le risorse, le perdite rischiano di non trovare copertura per l'assenza di investitori esterni.

Chiediti sempre se le fonti di finanziamento che utilizzi per mandare avanti la tua impresa sono quelle giuste per farla crescere in sicurezza e agisci di conseguenza. I risultati arriveranno presto.



**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



NOTIZIE BREVI

UN CONSULENTE NUTRIZIONALE UN PO' SPECIALE

Anche cani e gatti possono avere il loro consulente nutrizionale, proprio come noi. Da Pet's Planet, ad esempio, dopo aver superato con successo il corso di formazione iniziale, è appena entrato Pietro Bassani, l'ultimo Consulente Nutrizionale arrivato ad arricchire il team. Diploma di Liceo Scientifico, ha lavorato come responsabile grafico nei settori abbigliamento e auto storiche. Poi la scelta per cambiare vita e dedicarsi all'altra sua grande passione: gli animali. Pietro si occuperà di studiare la dieta personalizzata per i quattrozampe delle zone di Cento (Ferrara) e dintorni, consegnando poi la loro alimentazione a domicilio, gratuitamente.

Info: www.consulentenutrizionale.it



ZOOMARK INTERNATIONAL, IL PROGRAMMA DI AVVICINAMENTO ALLA VENTESIMA EDIZIONE

Sono al via gli appuntamenti che, nei prossimi mesi, accompagneranno espositori e visitatori fino al taglio del nastro di **Zoomark International** in programma dal 15 al 17 maggio 2023. Nelle ultime settimane è infatti ripresa l'attività dello Steering Committee, che sta collaborando con la segreteria operativa all'analisi e alla preparazione dei contenuti più significativi da proporre al pubblico del comparto pet. Sono state inoltre rinnovate le partnership tra BolognaFiere e molte delle principali fiere estere del settore.

Il 25-26 settembre **Zoomark International** sarà a PATS (Telford, UK), dal 7 al 9 ottobre prenderà parte a PetsToday (Atene), per poi tornare a Bologna l'11 e il 12 ottobre in occasione dell'International Pet Conference, organizzata dalla casa editrice tedesca Dähne Verlag. A fine anno sarà invece ospite di un altro partner strategico, l'India International Pet Trade Fair, in calendario a Mumbai il 3 e il 4 dicembre. Le aree marketing e comunicazione di **Zoomark International** vedono gli agenti di BolognaFiere già da tempo all'opera in ogni continente, supportati da un'intensa campagna pubblicitaria sui media specializzati di moltissimi Paesi.

Info: www.zoomark.it



ZOOMARK
INTERNATIONAL



NUOVA SEDE PER FLEXI NEL NORD AMERICA

Proprio in vista del 50° anniversario di flexi Germania, flexi Nord America apre la sua nuova sede a Charlotte, la più grande città della Carolina del Nord. È trascorso ormai mezzo secolo da quando, nel 1973, Manfred Bogdahn inventò il guinzaglio avvolgibile *flexi*, oggi venduto in oltre 90 Paesi del mondo. Un successo dovuto al fatto che *flexi* riesce a conciliare con semplicità libertà di movimento e controllo costante dell'animale. Che sia classico, trendy, alla moda o elegante, ogni modello di guinzaglio *flexi* è progettato per incontrare il gusto e le esigenze di ogni cane e del suo proprietario.

Info: www.flexi.de

L'EUROPA AMA SEMPRE DI PIÙ I SUOI PET

Sono 90 milioni le famiglie europee, pari al 46% del totale, che hanno almeno un animale da compagnia. La crescita della convivenza con i pet nel vecchio continente è confermata dai dati Fediaf, la Federazione Europea del Pet Food rappresentata in Italia da Assalco, che ha pubblicato il suo Rapporto annuale relativo alla popolazione degli animali da compagnia e al mercato del pet food in Europa.

Questo dato spiega la crescita dell'industria del pet food europea (+3,1% nel 2021) per un valore di 27,7 miliardi di euro e un volume di vendite pari a 10,2 miliardi di tonnellate. Il valore del mercato dei servizi e del pet care è stimato in 23,5 miliardi di euro, così ripartiti: 9,5 miliardi in accessori e 14 miliardi in servizi. Una buona notizia è che nell'ultimo anno si registra un incremento anche per quanto riguarda l'occupazione nel settore, mentre il numero di aziende e stabilimenti di pet food è rimasto invariato. Nelle famiglie europee sono presenti circa 110 milioni di gatti, 90 milioni di cani, 50 milioni di uccelli ornamentali, 30 milioni di piccoli mammiferi, 15 milioni di acquari e 10 milioni di rettili. "Nonostante le numerose sfide degli ultimi due anni a causa della pandemia", spiega Raquel Izquierdo de Santiago, Segretario generale di Fediaf, "è rassicurante che 90 milioni di famiglie europee abbiano beneficiato dell'amore e della compagnia di un pet. Visti i comprovati benefici degli animali da compagnia sulla salute mentale e fisica dell'uomo, Fediaf continua a sensibilizzare la popolazione europea sul ruolo positivo e benefico dei pet nella nostra società".

Info: www.assalco.it - www.fediaf.org - www.europeanpetfood.org



Una proposta completa

La vasta gamma di prodotti Prodac permette di prendersi cura anche dell'axolotl, un anfibio oggi sempre più diffuso tra i tuoi clienti appassionati di acquariologia e acquaterrario



L'axolotl (*Ambystoma mexicanum*) è un anfibio urodelo originario del lago Xochimilco, a sud di Città del Messico. La sua pigmentazione base è scura o nera ma nel corso degli ultimi decenni negli allevamenti sono comparse nuove pigmentazioni più chiare, molto apprezzate dagli appassionati. Questa salamandra, alimentata adeguatamente e mantenuta in un ambiente ben curato, può vivere tra i 10 e i 15 anni.

Aiuta il cliente a prendersene cura

Un axolotl cresce mediamente fino a 23/28 cm, ragion per cui la vasca che lo ospita deve avere una capienza di almeno 80 litri. Come tutti gli anfibri necessita di acqua fredda (tra i 12 e i 20 °C) e costantemente ricca di ossigeno, dunque l'acquario deve essere fornito di un filtro come *PRODAC DF 700*, ideale poiché oltre alla pulizia dell'acqua non genera flussi troppo potenti.

Prima di inserire l'axolotl in vasca è importante utilizzare *PRODAC AQUASANA*, biocondizionatore indispensabile per eliminare cloro e clorammina e annullare gli effetti dei metalli pesanti presenti nell'acqua del rubinetto, ai quali gli anfibri sono molto sensibili. Per soddisfare le sue esigenze alimentari, proponi al tuo cliente *AXOLOTL FOOD*, un alimento specifico in piccoli pellet della dimensione di 2-3 mm che affondano molto velocemente, molto ricco di proteine e con aggiunta di vitamine D3, E, A. Gli axolotl e gli anfibri come tritoni, salamandre e altri urodela se ne alimentano sfruttando anche l'olfatto, per cui è un alimento molto profumato. La composizione tiene conto delle



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



esigenze di animali che vivono a temperature medie al di sotto dei 20 °C e delle loro funzioni digestive. La granulometria di *AXOLOTL FOOD* è adatta a soggetti in crescita, che vanno alimentati tutti i giorni, per questo consiglia ai tuoi clienti di somministrarlo due o tre volte al giorno. (T.S.)

COMPLETE OFFER

The broad range of Prodac products helps customers take care of axolotl as well: these amphibians are increasingly popular among your customers who love aquaria and aquaterraria

Axolotl (*Ambystoma mexicanum*) is an urodele amphibian from Xochimilco lake, south of Mexico City. Its main colour is dark or black, but during the past decades new colours appeared in axolotl breeding centres: the whiter shades are very popular among aquatic lover. The salamander can live up to 10-15 years, if fed correctly and hosted in the correct environment.

HELP CUSTOMERS TAKE CARE OF THEM

An adult axolotl is usually long up to 23/28 cm, that is why the tank capacity must be at least 80 litres. Just like all amphibians, it requires cold water (12-20°) rich in oxygen: the aquarium must be equipped with a filter such as *PRODAC DF 700*, which is perfect because besides cleaning water it does not generate powerful flows.

Before introducing the axolotl in the tank, use *PRODAC AQUASANA*: the bioconditioner is essential to remove chlorine and chloramine, besides neutralizing the effect of heavy metal contained in tap water.

In order to meet their nutritional needs, recommend *AXOLOTL FOOD*, the specific food in small 2-3mm pellets that sink very easily, rich in proteins and with vitamins D3, E and A. Axolotl and amphibians such as newts, salamanders and other urodeles eat by using olfaction: the food is very scented. The formula is attentive to the needs of animals living at temperatures lower than 20° and their digestive functionality. The grains of *AXOLOTL FOOD* make it suited for growing animals, that must be fed every day; recommend your customers to feed their animals two or three times a day.

A ognuno il proprio umido

Tante linee formulate in base a gusto, fase di vita ed esigenze specifiche: la gamma umido cane Oasy si amplia ora con i nuovi Straccetti in Salsa, per un'offerta ancora più completa



La gamma umido Oasy per cani è da sempre garanzia di qualità: le varie linee sono pensate per rispondere alle esigenze nutrizionali specifiche di tutti i cani, rispettando la loro natura carnivora e assicurando un gusto irresistibile grazie agli ingredienti accuratamente selezionati.

Tanta carne per la dieta quotidiana

Le linee *Paté Lifestage* e *Delizioso Paté* rappresentano la scelta ideale per la dieta quotidiana del cane.

Suddivisi in base a gusto, fase di vita ed esigenze specifiche, i *Paté Lifestage* sono formulati con carne fresca, per garantire la massima digeribilità e assimilazione dei nutrienti; inoltre non contengono coloranti o conservanti artificiali aggiunti. Adatti a cani di tutte le taglie, sono disponibili in pratiche lattine da 400 g.

Gli alimenti della linea *Delizioso Paté*, dalla morbida texture, sono ricchi di proteine animali e preparati senza cereali - ad esclusione della referenza *Puppy* - e senza coloranti o



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



aromatizzanti artificiali aggiunti: ogni giorno, la scelta naturale per l'alimentazione di cani di tutte le taglie e fasi di vita. Disponibili in tante varianti di gusto, in pratiche vaschette da 150 g.

Ricette monoproteiche per i cani più delicati

Da sempre attenta alle esigenze dei cani che presentano intolleranze alimentari o sensibilità particolari, Oasy propone anche una linea completa di paté monoproteici. Formulati con il 94% di ingredienti animali da una sola fonte proteica, i paté *One Protein Formula* non contengono cereali né glutine, garantendo quindi massima digeribilità e gusto. Suddivisi in base a taglia e fase di vita, sono disponibili in 5 gusti differenti - *Agnello*, *Salmone*, *Maiale*, *Coniglio*, *Cinghiale* - nel formato lattina da 200 g o 400 g.

Per un'offerta ancora più completa

Seguendo i trend di un mercato in continua evoluzione, Oasy ha recentemente scelto di ampliare ulteriormente la propria gamma di alimenti umidi completi con il lancio della nuova linea *Straccetti in Salsa*, che va a perfezionare l'offerta per l'alimentazione quotidiana del cane.

La linea annovera 5 proposte suddivise in base alla fase di vita: 1 ricetta *Puppy & Junior*, 3 ricette *Adult*, 1 ricetta *Mature & Senior*, che includono fino al 42% di ingredienti animali.



I deliziosi *Straccetti in Salsa* naturale sono preparati con i migliori tagli di carne o pesce uniti a verdure o riso altamente digeribile, senza coloranti e conservanti artificiali aggiunti. Sono disponibili nei gusti *Pollo, Salmone, Manzo e Tacchino*, in comode buste da 100 g.

Umidi naturali per deliziare il palato di ogni cane

L'alta qualità *Oasy* contraddistingue anche le linee di alimenti umidi complementari *Grain Free Formula* e *Specialità Naturale*, pensate per offrire a ogni cane una bontà tutta naturale ogni giorno.

La linea *Grain Free Formula* propone deliziosi tocchetti di vera carne per cani adulti e finissimo macinato per cuccioli, uniti a verdure e preparati nel loro semplice brodo di cottura. L'inclusione di una sola fonte proteica animale rende queste ricette particolarmente adatte anche per i soggetti più sensibili. Gli alimenti sono disponibili nei gusti *Pollo, Tacchino, Manzo e Maiale* per cani adulti e *Agnello* per cuccioli, in lattine formato 200 g o 400 g, per un utilizzo ottimale in base alla taglia.

Fra gli alimenti umidi naturali completano la gamma le ricette della linea *Specialità Naturale*, ricche di carne o pesce e ingredienti naturali, senza additivi e aromatizzanti, coloranti o conservanti artificiali. Le pratiche lattine da 150 g sono disponibili in 12 diverse combinazioni di gusto, per soddisfare anche i palati più esigenti. (G.A.)



WET FOOD RECIPES FOR ALL DOGS

Plenty of lines developed according to taste, life stage and specific needs: *Oasy* wet dog range now includes *Strips in Gravy* for an increasingly complete offer

Oasy range for dogs is always a guarantee for quality: its lines meet the specific nutritional needs of all dogs, respecting their carnivorous nature and ensuring an irresistible flavour thanks to carefully-selected ingredients.

PLENTY OF MEAT FOR EVERYDAY DIET

Paté Lifestage and *Tasty Paté* lines are the perfect choice for dogs' everyday diet.

They have been developed according to taste, life stage and specific needs: *Paté Lifestage* recipes contain fresh meat to ensure the utmost digestibility and absorption of nourishing substances. Moreover, they do not contain any added artificial colouring or preserving agents. They are suited for dogs of all breeds and come in handy 400g tins.

Tasty Paté recipes feature a soft texture, plenty of animal proteins and no cereals – excluding *Puppy* formula – as well as no added artificial colouring or flavouring agents. They are the daily natural choice for the diet of dogs of all sizes and life stages. They come in plenty flavours and handy 150g trays.

SINGLE PROTEINS RECIPES FOR DELICATE DOGS

Always attentive to the needs of intolerant or sensitive dogs, *Oasy* offers a complete line of single-protein pates. They feature 94% of animal ingredients from a single protein source: *One Protein Formula* pates do not contain cereals or gluten, ensuring the utmost digestibility and taste. They are developed after size and life style and five different flavours: *Lamb, Salmon, Pork, Rabbit, Wild Boar*. They come in 200 or 400g tins.

FOR AN INCREASINGLY COMPLETE OFFER

Following the trends of an ever-evolving market, *Oasy* recently chose to broaden its range of complete wet food with new *Stripes with Gravy* line, which completes the offer for the daily nutrition of dogs.

The line includes five recipes after the different life stages: 1 recipe *Puppy & Junior*, 3 recipes *Adult*, 1 recipe *Mature & Senior*. They include up to 42% animal ingredients. Delicious *Stripes with Gravy* are made with the best cuts of meat or fish plus vegetables or digestible rice, without added artificial colouring and preserving agents. They come in handy 100g pouches and the following flavours: *Chicken, Salmon, Beef and Turkey*.

NATURAL WET FOOD FOR THE DELIGHT OF ALL DOGS

Oasy high quality is also present in the lines of complementary wet food *Grain Free Formula* and *Natural Range*, developed to provide dogs with natural taste every day.

Grain Free Formula offers delicious meat bites for adult dogs and fine minced meat for puppies with vegetables in their cooking broth. Thanks to the presence of one animal protein source, these recipes are also suited for sensitive dogs. They come in 200 and 400g tins (to suit dogs' size) and the following flavours: *Chicken, Turkey, Beef and Pork* for adult dogs and *Lamb* for puppies.

Natural Range complete the range of natural wet food, rich in meat or fish and natural ingredients, without artificial additives, flavouring, colouring or preserving agents. Handy 150g tins come in 12 different flavours to please the most demanding dogs as well.

Sali sul podio

Differenzia il tuo pet shop con alimenti di alto valore nutrizionale in alternativa ai prodotti tradizionali



Grazie alle strategie di crescita di MSM Pet Food, il tuo negozio ha la possibilità di arricchire la sua offerta con un nuovo brand: l'azienda bresciana ha infatti acquisito gli alimenti *Podium*, che saranno sviluppati, prodotti e garantiti dall'esperienza MSM Pet Food nello stabilimento di Verolanuova (BS).

I tuoi clienti apprezzeranno l'alimentazione di nuova generazione studiata per soddisfare al meglio il fabbisogno nutritivo e le specifiche esigenze di cane e gatto in ogni fase della loro vita. In queste ricette, rigorosamente made in Italy, pensate per garantire la massima digeribilità e realizzate con l'esclusiva Crocchetta 3+, il proprietario troverà i migliori ingredienti, privi di grassi idrogenati, coloranti, aromi ed appetizzanti artificiali.



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



Fish, a cui si affiancano una formula ad alta energia (*Active Meat*) e una ricetta per cuccioli e fattrici (*Start*).

Due invece le proposte di alimentazione per il gatto, in base alle preferenze di gusto: *Basic Cat Meat* e *Basic Cat Fish*. (A.B.)



Quale prodotto scegliere

“Noi di MSM Pet Food crediamo da sempre nella possibilità di realizzare prodotti di alto valore nutrizionale alternativi a quelli tradizionali” commenta Luca Mognetti, Ceo e Founder. “Con l’acquisizione di *Podium* abbiamo trovato il mix perfetto tra energia, gusto e principi nutrizionali”.

In base alle esigenze dell’amico quattrozampe al tuo cliente puoi proporre i due alimenti di mantenimento per il cane *Basic Meat* e *Basic*

GET ON THE PODIUM

Differentiate your shop with food featuring elevated nutritional value, alternative to traditional food

Thanks to MSM Pet Food growing strategies, your shop has the chance to broaden its offer with *Podium* brand. The Brescia-based company purchased *Podium* brand, which will be developed, manufactured and guaranteed by MSM Pet Food experience in Verolanuova plant (BS).

Your customers will love the new-generation nutrition, perfect to meet the nutritional and specific needs of their cats and dogs throughout their life. These recipes are made in Italy and ensure the utmost digestibility with the exclusive Kibble 3+, Owners will find the best ingredients, free from hydrogenated fats, artificial colouring and flavouring agents.

CHOOSE THE BEST PRODUCT

“At MSM Pet we always believe we can manufacture products featuring elevated nutritional level, alternative to traditional food” says Luca Mognetti, CEO and Founder. “With the purchase of *Podium* we found the perfect combination of energy, flavour and nutritional principles”.

According to the needs of their pets, you can recommend two maintenance products for dogs (*Basic Meat* and *Basic Fish*), plus a high-energy formula (*Active Meat*) and a recipe for puppies and pregnant dogs (*Start*). There are two recipes for cats, according to pets’ preferences: *Basic Cat Meat* and *Basic Cat Fish*.



Comfort made in Italy

Da Camon tante nuove proposte per il relax a quattro zampe da proporre al cliente del tuo pet shop



Di rilassarsi non ci si stanca mai, soprattutto se il comfort è di qualità. Questo vale anche per gli amici quattrozampe che, dopo i mesi estivi, riconquistano i propri spazi riposandosi su morbide cucce, cuscini o coperte pensati appositamente per loro. Tutto ciò è ancora più rilassante grazie ai prodotti Camon che, anche per questo autunno/inverno, ha ideato nuove collezioni realizzate nel proprio polo produttivo italiano, forti di imbottiture di qualità eccellente e di una lavorazione in cui artigianalità italiana, gusto estetico e tecnologia creano un mix perfetto.

Hug me, la linea amica del relax

Una stampa inedita ed esclusiva, frutto della creatività del designer team di Camon, rende unica la linea *Hug me*, collezione principale in cui l'affetto per gli amati pet si esprime alla perfezione nelle dolci immagini e vignette. La linea propone cucce e cuscini sia ovali che rettangolari, sempre in assortimento per rispondere alle necessità di animali di ogni taglia.



Tante soluzioni tra cui scegliere

Come sempre Camon non si limita alle collezioni principali ma rinnova il proprio catalogo con molte altre soluzioni alternative, consentendo al tuo pet shop di contare su una scelta in cui l'unico limite è la creatività. Come *Pic Nic*, con la graziosa stampa a quadri che ricorda i momenti dei pranzi immersi nel verde oppure *Teddy*, con il suo tenero orsetto.

CAMON
We love pets

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



Fatto con cura in Italia, per scelta

Il comfort made in Italy rappresenta un elemento distintivo per l'azienda veronese, scelta che ha consentito nel tempo di affinare sempre più la qualità dei prodotti, dalle fantasie ai rivestimenti, dalle imbottiture ai dettagli, nel pieno controllo di tutte le fasi produttive. (O.D.)

COMFORT MADE IN ITALY

Camon offers plenty of new products for the relax of your customers' pets

You never get tired of relax, especially if it is comfortable. The same also goes for pets: after summer, they go back to their cosy places on their soft baskets, pillows or blankets. This is even more relaxing thanks to Camon products: the company developed new collections in its Italian plant for next autumn/winter, which feature excellent padding and the perfect mix of Italian craftsmanship, look and technology.

HUG ME, THE RELAX-FRIENDLY LINE

An exclusive and original print, developed by Camon designer team, makes *Hug me* line unique. The line reflects the love for pets with sweet pictures and cartoons. The line offers baskets and pillows (oval or rectangular), always in stock to meet the needs of pets of all sizes.

PLENTY OF SOLUTIONS AVAILABLE

As usual, Camon not only focuses on main collections. The company renovates its catalogue with several alternative solutions: the only choice limit for your shop is creativity. For example, there is *Pic Nic* with a delicious check pattern, recalling lunches on the grass, or *Teddy* with its sweet bear.

MADE WITH CARE IN ITALY, BY CHOICE

Made in Italy comfort is a distinguishing feature for the Verona company. With time, this choice increased the quality of products, from padding to details, with full control of all manufacturing stages.



I "PLUS" vincenti

Rafforza la proposta del tuo negozio con gli alimenti che seguono i nuovi trend naturali e olistici



Il tuo cliente è orientato ad acquistare prodotti naturali? Cerca un alimento sano e nutriente che rispetti le esigenze del suo cane e del suo gatto? Predilige i marchi che sono attenti ai processi di ricerca e sviluppo per migliorare l'innovazione tecnologica nel rispetto dell'ambiente e degli stessi animali?

Se il tuo cliente ha queste richieste, la risposta è **WINNER PLUS**, un brand molto attento alle evoluzioni del mercato a cui propone i massimi standard di qualità, preparando con cura e impegno alimenti per cani e gatti con materie prime 100% naturali a km 0, selezionate e formulate per ottenere il massimo della freschezza.

WINNER PLUS va incontro alle particolari necessità alimentari dei pet dei tuoi clienti, ma soprattutto alle tue esigenze da professionista del settore, attraverso la sua rete di vendita e la sua pluriennale esperienza sul mercato, per garantirti di proporre ogni giorno il prodotto giusto.

Il proprietario pet apprezzerà i plus di questo brand: tutta la filiera produttiva viene sottoposta costantemente a rigidi controlli, la materia prima viene individuata e selezionata per essere successivamente trasformata all'interno dei centri di produzione certificati, ogni prodotto viene concepito nel massimo rispetto dell'ambiente grazie all'impiego di fonti energetiche rinnovabili e non vengono eseguiti test sugli animali, classificando l'alimento come Cruelty Free.

Consiglia il "nutrire secondo natura"

Per il tuo negozio, la linea **WINNER PLUS holistic** e **WINNER PLUS Mini holistic** per il cane rappresenterà un punto di forza perché potrai proporre un prodotto sviluppato secondo l'approccio "olistico" all'alimentazione. Potrai spiegare al consumatore che tutti i prodotti vengono preparati nel rispetto della filosofia del "Nutrire secondo natura" e che ciascun



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



ingrediente viene selezionato per intervenire in maniera specifica su ogni singola funzione dell'organismo in modo da garantire il benessere e la vitalità del cane nella sua totalità.



Avere in assortimento **WINNER PLUS holistic** significa proporre un prodotto all'avanguardia, studiato e preparato impiegando le tecnologie più avanzate, in modo che l'organismo dell'animale si predisponga naturalmente ad





natural · nutrition · system

SCOPRI LE NOSTRE LINEE NATURALI



STRAPPA QUI ► ◀ STRAPPA QUI



LINEA HOLISTIC

Disponibile nelle confezioni da:
12 kg, 2 kg e 300 g



LINEA SNACK



LINEA MINI HOLISTIC

Disponibile nelle confezioni da:
2 kg e 300 g



LINEA HEALT QUALITY

Disponibile nelle confezioni da:

2 kg e 300 g



LINEA SNACK



LINEA HOLISTIC

Disponibile nelle confezioni da:

2 kg e 300 g



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

evitare le condizioni di malessere. Il proprietario lo potrà somministrare come mantenimento o come alimento curativo, in quanto arricchito con erbe officinali e frutti rossi con un effetto anti-invecchiamento e antinfiammatorio: calendula, finocchio, camomilla, menta, prezzemolo, semi di fieno greco, radice di cicoria, radice di liquirizia, carruba, rosa canina, mirtillo, lampone, aronia.

Il cliente può scegliere tra **WINNER PLUS Puppy Junior holistic con Anatra** per cuccioli, **WINNER PLUS Adult holistic con Pollo, Agnello e Riso**, **WINNER PLUS Salmon & Potato holistic con Salmone e Patate**, **WINNER PLUS Lamb & Potato holistic con Agnello e Patate**, **WINNER PLUS Duck & Potato holistic con Anatra e Patate**. Se invece cerca un prodotto per un cane di taglia mini, la scelta varia tra **WINNER PLUS Salmon Mini holistic al Salmone**, indicato in particolare per i cani con allergie e intolleranze alla carne, **WINNER PLUS Lamb Mini holistic all'Agnello** per i cani sensibili e **WINNER PLUS Adult Mini holistic al Pollo**, per cani adulti e vitali di piccola taglia.



Offri uno snack e fai crescere le vendite

Per aumentare ulteriormente la potenzialità attrattiva del brand sul punto vendita, puoi affiancare la proposta della linea di snack per cani, che offre al tuo cliente la scelta fra nove deliziose leccornie con ricette studiate appositamente per garantire gusto e benessere.

Per cani golosi è ideale **WINNER PLUS Beef bites**, delizioso snack ricco di proteine e grassi, preparato con sola carne di manzo sceltissima, tutto al naturale. Se invece l'amico quattrozampe è un po' esigente, ecco **WINNER PLUS Beef delice**, snack naturale a base di manzo, anche in questo caso solo parti sceltissime disidratate, e ricco di proteine. Per alternare i sapori, si può scegliere **WINNER PLUS Chicken delice**, che con il suo prelibato pollo selezionato è ricco di proteine e contiene pochi grassi.

Il cane è molto attivo? Impegnato a livello fisico e atletico? **WINNER PLUS Pro-Turbo** è

THE WINNING "PLUS"

Strengthen the offer in your shop with products following new natural and holistic trends

What if your customers are oriented towards natural products? And what if they are looking for a healthy and nourishing food, respectful of the needs of their cats and dogs? What if they prefer brands attentive to R&D processes aiming at involving technological innovation that also respect the environment and pets?

If your customers look for such features, the solution is **WINNER PLUS**, a brand very attentive to market evolutions: the company carefully manufactures food for cats and dogs, ensuring the utmost quality standards with 100% local raw ingredients, selected to guarantee the highest freshness.

WINNER PLUS meets the specific nutritional needs of your customers' pets, but also the needs of pet professionals, through its sales network and its long-term experience on the market: the guarantee to recommend the right product every day.

Pet owners will love the plus features of this brand: the whole manufacturing chain undergoes strict controls; raw ingredients are selected to be later processed in certified manufacturing centres; each product fully respects the environment, thanks to renewable protein sources; moreover, no tests on animals are carried out, ensuring a Cruelty Free product.

RECOMMEND THE "NATURAL NUTRITION"

WINNER PLUS holistic and **WINNER PLUS Mini holistic** for dogs will be a point of strength for your shop, because they have been developed after an "holistic" approach to nutrition. You can reassure customers that all products respect the "feeding according to nature" philosophy and that each ingredient is selected to affect specific functionalities of the organism, in order to ensure the global well-being and vitality of dogs.

WINNER PLUS holistic is a modern product, developed after the most advanced technologies to help pets' organism be ready to avoid ill-being naturally. Pet owners can feed it as maintenance or treating product thanks to its herb and red fruit supplements with anti-ageing and anti-inflammatory effect: marigold, fennel, chamomile, mint, parsley, Greek hay seeds, chicory root, liquorice root, carob, dog rose, blueberry, raspberry, aronia.

Customers can choose among the following recipes: **WINNER PLUS Puppy Junior holistic with Duck**, **WINNER PLUS Adult holistic with Chicken, Lamb and Rice**, **WINNER PLUS Salmon & Potato holistic**, **WINNER PLUS Lamb & Potato holistic**, **WINNER PLUS Duck & Potato holistic**. For mini dogs the range includes **WINNER PLUS Salmon Mini holistic**, suited for dogs with allergies and meat intolerance, **WINNER PLUS Lamb Mini holistic** for sensitive dogs and **WINNER PLUS Adult Mini holistic with Chicken**, for adult and vital mini dogs.

OFFER TREATS AND INCREASE SALES

In order to increase the brand's attractive potential in shops, you can recommend the line of dog treats: customers can choose among nine delicious delicacies with specifically-developed recipes that ensure taste and well-being.

WINNER PLUS Beef bites is perfect for gluttonous dogs: delicious treat rich in proteins and fats, natural and made with selected beef. Demanding dogs will love **WINNER PLUS Beef delice**, natural





l'energy-bar naturale ideale per tutte le razze a cui si richiede il massimo della performance nelle situazioni più impegnative. Facile da porzionare grazie alla consistenza semi umida, supporta un'ottima resistenza fisica e sostiene il corretto sviluppo della muscolatura. Grazie all'elevata biodisponibilità e alla L-carnitina, garantisce sempre una scorta di energia extra subito disponibile. Inoltre la ricetta è priva di OGM, soia, aromi, uova, latticini, coloranti, sapori artificiali e cereali contenenti glutine.

Il tuo cliente apprezzerà poi la prelibatezza di WINNER PLUS *Chicken gourmet*, appetitosi filetti di pollo sceltissimo al naturale, per cani esigenti. Chi ama invece variare la proteina scelta per lo snack, può optare per WINNER PLUS *Crispi Duck*, fuoripasto naturale e gustoso preparato con sola carne di anatra selezionata. Se il gusto piace, si può anche alternare con WINNER PLUS *Duck bites*, sempre all'anatra, ricco di proteine e grassi.

Se il cane ama le consistenze un po' più morbide, ecco gli ultimi due prodotti della linea: WINNER PLUS *Softy Chicken* e WINNER PLUS *Softy Duck*, teneri snack naturali e bilanciati, ricchi di proteine e con pochi grassi, preparati con sola carne di pollo o di anatra, lavorati con asciugatura ad aria calda 100% naturale.

Proponi l'alimento su misura per il gatto

Anche ai proprietari di gatti potrai offrire molti deliziosi prodotti all'interno dell'assortimento WINNER PLUS, sempre sviluppati con la stessa filosofia di nutrizione nel pieno rispetto della Natura, per la salute, il benessere e la vitalità.

Il tuo cliente ha un gatto adulto che vive nell'ambiente domestico? Proponi WINNER PLUS *Indoor Diet*, preparato con pollo di alta qualità (fonte di proteine nobili) che aiuta a mantenere una corretta forma fisica grazie



al basso contenuto di grassi. La sua particolare formulazione permette di contrastare la formazione dei boli di pelo, ridurre gli odori delle deiezioni e regolarizzare il contenuto di pH nelle urine. Se il gatto del tuo cliente è invece un adulto sterilizzato, meglio scegliere WINNER PLUS *Sterilized Diet*, sempre a base di pollo; la sua particolare composizione, con un basso contenuto di grassi, aiuta a tenere sotto controllo il peso del gatto, a contrastare la formazione dei boli di pelo, a ridurre gli odori delle feci e a regolarizzare il contenuto di pH nelle urine. Problemi urinari? WINNER PLUS *Urinary Diet* è indicato per soggetti adulti di tutte le razze e grazie alla sua particolare formulazione, arricchita con pollo di prima scelta e con un basso contenuto di grassi e di minerali, fornisce un apporto bilanciato di preziosi nutrienti contribuendo alla regolarizzazione del pH nelle urine, senza favorire la formazione di calcoli di struvite; inoltre contrasta la formazione di boli di pelo, riduce gli odori delle deiezioni e ottimizza il controllo del peso.





Scegli olistico per soddisfare il cliente

Se il proprietario pet è attratto dalla filosofia olistica, puoi proporgli la linea **WINNER PLUS holistic** per gatto che propone due nuovi prodotti per soggetti adulti, in cui ciascun ingrediente viene selezionato per intervenire in maniera specifica su ogni singola funzione dell'organismo.

WINNER PLUS Chicken holistic è naturale e monoproteico, privo di cereali e glutine; la presenza di pollo lo rende adatto a sostenere la naturale vitalità dell'animale. L'alta digeribilità favorisce un corretto funzionamento dell'apparato intestinale.

WINNER PLUS Salmon holistic monoproteico è un pasto sano senza cereali e glutine, preparato con aggiunta di salmone fresco, unica fonte proteica animale, che lo rende un alimento naturale di qualità adatto a gatti con allergie o incompatibilità alimentari; inoltre rappresenta un'ottima alternativa alle ricette a base di carne.



Infine, per il cliente che cerca uno snack prelibato per il gatto, la scelta varia fra **WINNER PLUS Chicken bizz** per gatti golosi, ricco di proteine e con pochi grassi, preparato con sola carne di pollo sceltissima e **WINNER PLUS Delicious**, a base di carne di pollo sceltissima e frutti di mare selezionati per gatti esigenti. (M.B.)

treat with selected and dehydrated meat cuts, rich in proteins. As alternative, there is **WINNER PLUS Chicken delice**: delicious selected chicken, rich in proteins and low on fats.

If dogs are very active and physically/athletically engaged, **WINNER PLUS Pro-Turbo** is the ideal natural energy-bar for all breeds requiring the utmost performance in hard situations. It is easy to dose thanks to half-moist texture, it supports an elevated physical resistance and the correct muscular growth. Thanks to elevated bio-availability and to L-carnitine, it always ensures a reserve of readily available extra energy. Moreover, the recipe is free from GMOs, soy, eggs, dairies, flavouring/colouring agents and gluten cereals.

WINNER PLUS Chicken gourmet offers delicious and natural selected chicken fillets, for demanding dogs. **WINNER PLUS Crispy Duck** is the alternative treat with selected duck. It can also be varied with **WINNER PLUS Duck bites**, rich in proteins and low on fats.

Here come the newest products, for dogs loving soft texture: **WINNER PLUS Safty Chicken** and **WINNER PLUS Safty Duck**, soft natural and balanced treats rich in proteins and low on fats, made with chicken or duck and processed with 100% natural hot drying.

PERFECT FOOD FOR CATS AS WELL

There are plenty of delicious products for cats as well among **WINNER PLUS** range, sharing the same nutritional philosophy respectful of nature for the health, well-being and vitality.

For adult cats living in flats there is **WINNER PLUS Indoor Diet**, with high-quality chicken (source of noble proteins), which helps preserve a correct physical condition thanks to low fat percentage. Its special formula helps fight hairballs, reduce excrements' foul odours and regulating pH in urine. If cats are neutered, better choose **WINNER PLUS Sterilized Diet**, with chicken. Its special formula features low fat intake and helps control the pet's weight, fight hairballs, reduce excrements' foul odours and regulating pH in urine. In case of urinary ailments, **WINNER PLUS Urinary Diet** is suited for adult cats of all breeds, thanks to its special formula: it is supplemented with first-choice chicken and features low percentages of fats and minerals. Moreover, it provides balanced quantities of nourishing ingredients, regulating urinary pH without supporting struvite calculi. It also helps fight hairballs, reduce excrements' foul odours and control the pet's weight.

CHOOSE HOLISTIC NUTRITION FOR YOUR CUSTOMERS

If pet owners are interested in holistic philosophy, recommend **WINNER PLUS holistic** for cats, with two new recipes for adult cats: each ingredient is selected to affect specific functionalities of the organism.

WINNER PLUS Chicken holistic is natural and single protein, free from cereals and gluten. Chicken supports the pet's natural vitality, while high digestibility helps the correct operating of the intestinal system.

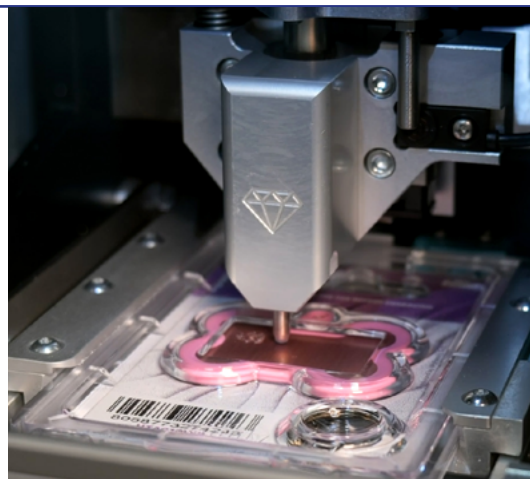
WINNER PLUS Salmon holistic is single protein, healthy and without cereals/gluten. It contains fresh salmon as single animal protein, which makes it the natural food for cats suffering from allergies or food sensitivity. Moreover, it is an excellent alternative to meat-based recipes.

If owners are looking for delicious treats for their pets, there are **WINNER PLUS Chicken bizz** (for gluttonous cats, rich in proteins and low on fats, with selected chicken only) and **WINNER PLUS Delicious** (for demanding cats, with selected chicken and seafood).



Opportunità per il negozio

Le macchine per incisioni *Techla* permettono al tuo negozio di rientrare nel programma degli incentivi del Mise



Lo sviluppo delle tecnologie digitali ha permesso una rapida trasformazione dei processi in ambito industriale, quindi il Ministero dello Sviluppo Economico prevede, anche per il 2022, importanti incentivi per le imprese che decidono di investire in strumenti tecnologicamente avanzati.

Questi incentivi hanno l'obiettivo di aiutare le imprese a procedere nella direzione di uno scenario industriale sempre più digitale ed interconnesso.

Tra le tante realtà coinvolte, anche il tuo pet shop può rientrare nel programma del Mise, grazie alla presenza di moderni macchinari dedicati all'incisione delle medagliette identificative per cani e gatti.

Techla: verso il futuro e oltre

MyFamily, azienda italiana protagonista nel mondo pet con le sue 'stilose' medagliette e le innovative collezioni di collari e guinzagli, si impegna da anni nella produzione delle macchine per incisioni *Techla*.



MYFAMILY SRL
tel.0131950063
www.myfamily.it
info@myfamily.it



Un'idea concepita e concretamente realizzata nell'unica sede produttiva dell'azienda, in Piemonte, per creare un posizionamento sul mercato degli accessori MyFamily totalmente controllato e gestito internamente: dal design alla produzione, fino all'incisione dei dati necessari per ritrovare l'amico a quattro zampe in caso di smarrimento.

Con *Techla* la personalizzazione della medaglietta diventa un momento significativo nella vita del cliente pet lover che arriva nel tuo negozio, perché potrà assistere in diretta all'incisione. Per garantire un'esperienza unica e memorabile, MyFamily investe molte risorse in ogni parte del processo produttivo dei sistemi di incisione.

Techla e il Progetto Industria 4.0

La passione per l'universo degli animali domestici, una grande professionalità e una filosofia profondamente legata al Made in Italy, hanno spinto MyFamily a investire in ricerca e sviluppo per migliorare sempre più le caratteristiche delle proprie macchine da incisione.

Il risultato ha portato alla concezione di due nuovi modelli: *Techla XS* e *Techla XL*.

La prima rappresenta la versione più piccola, senza schermo ma collegabile allo smartphone o al tablet per programmare e gestire l'incisione.

Techla XL è realizzata invece per integrarsi con i suoi espositori, in legno e modulari, sempre pensati da MyFamily. Supporta i video con uno schermo da 18,5", consentendo di dare vita a un'atmosfera coinvolgente in un

Techla
Automatic engraving system





corner del tuo pet shop dedicato ai prodotti MyFamily, grazie alla libertà di scelta nella personalizzazione degli spazi espositivi.

Entrambe le macchine, oltre a rappresentare un vero gioiello del design made in Italy, rispettano i requisiti di legge per richiedere le agevolazioni fiscali previste dal *Progetto Industria 4.0*. Tra le caratteristiche necessarie rientrano la presenza del microprocessore, l'interfaccia che permette la connessione Wi-Fi e Bluetooth e una concezione del prodotto legata alla semplicità di utilizzo che lo rende user friendly. I testi e le icone presenti sullo schermo sono facilmente comprensibili e l'assistenza MyFamily è sempre attiva, grazie all'app dedicata che fornisce ai tecnici informazioni riguardo il funzionamento della macchina, consentendo loro di monitorarlo attraverso la telediagnosi e la telemanutenzione.

Per accedere ai benefici del Mise, i dispositivi devono essere nuovi e strumentali all'attività d'impresa.

L'azienda che acquisterà i macchinari MyFamily per le incisioni, potrà accedere alle agevolazioni previste per il 2022, con l'ulteriore vantaggio di poter accumulare eventuali altre agevolazioni.

Se necessario, potrai ottenere informazioni più dettagliate consultando il tuo commercialista di fiducia.

Grazie al *Progetto Industria 4.0* hai l'opportunità di portare l'innovazione MyFamily all'interno del tuo negozio con un investimento contenuto e di rivoluzionare il tuo business aumentando la vendita di medagliette sfruttando la qualità di un marchio 100% Made in Italy. (R.P.)

OPPORTUNITY FOR YOUR SHOP

Techla engraving machines help your shop benefit from Mise incentives' plan

The development of digital technology caused a quick evolution of industrial processes: in 2022, the Ministry of Economic Development has planned relevant incentives for companies investing in technologically advanced tools.

The incentives aim at helping companies reach an increasingly digital and interconnected industrial scenario.

Your shop can also join Mise project, thanks to modern engraving machines for cats' and dogs' ID tags.

TECHLA: TO THE FUTURE AND BEYOND

MyFamily, world leader Italian company with "stylish" tags and innovative collections of collars and leashes, has been putting a lot of efforts in manufacturing *Techla* engraving machines.

The idea was born and developed in the company's productive plant in Piedmont, to create a completely-controlled and internally-owned market positioning of MyFamily accessories: from design to production and the engraving of the necessary details to locate lost pets.

With *Techla*, tag customization becomes a significant moment for pet lovers entering your shop, since they can see engraving live. To ensure a unique and memorable experience, MyFamily invests plenty of resources on the manufacturing process of engraving systems.

TECHLA AND INDUSTRY PROJECT 4.0

The passion for pets, deep expertise and made-in-Italy philosophy led MyFamily to invest on research and development, to improve the features of its engraving machines.

The result led to two new models: *Techla XS* and *Techla XL*.

The first model is the smallest version: there is no display but it can be connected to smartphone or tablet to design and manage engraving.

Techla XL has been designed to fit its wooden modular displays developed by MyFamily. Its 18.5" screen supports videos and helps create an emotional atmosphere in your shop, with a corner dedicated to MyFamily product, thanks to the freedom in product display customization.

Besides being real jewels of made-in-Italy design, both machines comply with law regulations required to apply for fiscal incentives related to *Industry Project 4.0*. Among the necessary requirements there are: CPU, Wi-Fi and Bluetooth connection interface plus easy usage concept that makes the product user friendly. Texts and icons on the screen are easy to understand and MyFamily support is always active, thanks to the app providing technicians with data on the machine operating, allowing them to monitor it through remote control and maintenance.

In order to apply for Mise fiscal incentives, the machines must be new and useful for the business.

The company purchasing MyFamily engraving machines will be granted 2022 fiscal incentives, plus the chance to benefit from more potential incentives.

If necessary, feel free to contact your accountant for more detailed information.

Thanks to *Industry Project 4.0*, you have the chance to introduce MyFamily innovation in your shop with a small investment, transforming your business and increasing tag sales by relying on a 100% Made in Italy brand.



Valore aggiunto per il negozio

Together, la nuova linea dry di Zodiaco per il tuo cliente alla ricerca di alimenti sani e naturali

Dall'amore e dal rispetto per gli animali nasce *Together*, sempre insieme, la nuova linea di alimenti dry pensata e prodotta da Zodiaco per il benessere di cani e gatti.

Il nome coinvolgente *Together* e il claim accattivante 'sempre insieme' aiuteranno le tue strategie di vendita, perché suggeriscono l'amore e il rispetto per gli animali come nostri compagni di vita e alludono al desiderio di dare loro il meglio soprattutto nell'alimentazione, fondamentale per il loro benessere.

Together è una gamma completa, prodotta in Italia con le migliori e più innovative tecnologie da un team di esperti della nutrizione che lavorano insieme per garantire agli animali domestici qualità, sicurezza e naturalità.

zodiaco PET & GREEN

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



Together
SEMPRE INSIEME

Proponendo questa linea hai la sicurezza di offrire al cliente del tuo punto vendita - che cerca il meglio per il proprio pet soprattutto nell'alimentazione, fondamentale per il suo benessere - alimenti prodotti con fonti proteiche di origine animale come primo ingrediente e con carni e pesci freschi a garanzia di un'ottima appetibilità e digeribilità,

tutti formulati con ingredienti naturali, senza coloranti né conservanti aggiunti e grain free, No cruelty test e No OGM.

Inoltre, in linea con la filosofia green dell'azienda, il sacco dei prodotti *Together* è 100% riciclabile, per rispettare la natura e ridurre l'impatto sull'ambiente, ideale oggi condiviso da molti acquirenti.

I plus della linea

- NO GLUTEN FORMULA.

Il glutine è stato escluso da tutti gli alimenti, utilizzando fonti alternative di carboidrati.

- GRAIN FREE.

Alcune formulazioni sono *Grain Free* e *Sensitive*, per le esigenze dei soggetti più sensibili.

- 1° INGREDIENTE: FONTI PROTEICHE ANIMALI.

Con fonti proteiche di origine animale in prima voce di cartellino viene rispettata la vera natura dei pet, quella di carnivori.

- CON CARNE FRESCA.

Con carni o pesci freschi per rendere l'alimento appetibile e digeribile in maniera naturale.



- CON INGREDIENTI NATURALI.

Tutti gli alimenti sono formulati con ingredienti naturali idonei per il petfood, ai quali non è stato aggiunto nulla, senza coloranti né conservanti.

- TOGETHER FOR NATURE.

Amore per gli animali significa anche rispetto per il Pianeta: nel rispetto della natura: *Together* utilizza un innovativo sacco 100% riciclabile, per contribuire a ridurre l'impatto sull'ambiente.

Una gamma completa per cani e gatti

Per il cane la linea propone 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*. 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 la linea propone 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. (R.B.)



ADDED VALUE FOR THE SHOP

Together, the new dry line by Zoodiaco for your customer looking for healthy and natural products

Born from the love and respect for pets: *Together*, always *Together*, the new line of dry food developed by Zoodiaco for the well-being of cats and dogs. The emotional name, *Together*, and the captivating claim "always *Together*" will support your sales' strategies, because it recalls love and respect for pets as life companions, suggesting to ensure the best nutrition, fundamental for pets' well-being.

Together is the complete range of food made in Italy with the best and most innovative technologies by a team of experts in nutrition, who work *Together* to provide pets with quality, safety and naturalness.

By offering this range, you will provide your customers - who look for the best for their pets, especially in nutrition that is fundamental for their well-being - with products featuring animal protein sources as first ingredient, fresh meat and fish to ensure palatability and digestibility. All products contain natural ingredients without added colouring or preserving agents. Moreover, they are grain free, no cruelty test and no GMOs

In line with the company's green philosophy, the bag of *Together* products is 100% recyclable to respect nature and to ensure the impact on the environment, which is a popular issue among customers.

THE PLUS FEATURES OF THE LINE

- NO GLUTEN FORMULA.

All recipes are gluten free and feature alternative sources of carbohydrates.

- GRAIN FREE.

Some formulas are *Grain Free* and *Sensitive*, to suit the most sensitive pets.

- 1° INGREDIENT: ANIMAL PROTEIN SOURCES.

With protein sources of animal origin as first ingredient, to respect pet's carnivorous nature.

- WITH FRESH MEAT.

With fresh meat or fish to make it naturally palatable and digestible.

- WITH NATURAL INGREDIENTS.

All recipes feature natural ingredients suited for pet food, without added colouring or preserving agents.

- TOGETHER FOR NATURE.

Love for pets also means respect for the Planet and respect for nature: *Together* features an innovative bag, 100% recyclable, to help reduce the impact on environment.

COMPLETE RANGE FOR CATS AND DOGS

The range for dogs features 16 nutritional solutions, from puppy to adult maintenance according to dog size, as well as for senior dogs, with specific recipes (*Grain Free* and *Sensitive*) for sensitive dogs. The formulas are supplemented with a mix of fruit and vegetables: blueberry, apple, carrot and spinach are present in all recipes to ensure a natural source of fibres.

The range for cats includes 6 recipes, from kittens to the maintenance of adult cats, also for sensitive, demanding or overweight cats. All cat formulas contain Omega 3 and 6, zinc and biotin to support the growth of skin and coat, as well as adequate sources of taurine (which supports cardiac and optical functionality).

All recipes (both cats and dogs) include yucca schidigera (control of excrements' foul odour) and organic selenium (natural antioxidant).

Gli snack amici dell'ambiente

Innovazione, gusto e sostenibilità: Vita Veggies, la nuova linea 100% vegetariana che conquisterà il palato di cani e gatti



Vita Veggies è la nuova linea di snack 100% vegetariani lanciata da Vitakraft a livello mondiale: una deliziosa alternativa agli snack di carne. La produzione è made in Germany e la ricetta, tutta naturale, contiene sane verdure senza aggiunta di zuccheri, cereali, coloranti artificiali, aromi o esaltatori di sapidità. Una gamma esclusiva che non solo aggiunge più varietà all'offerta ma, essendo priva di carne, contribuisce anche alla salvaguardia dell'ambiente.



Un'ampia scelta

Ben quattro sono i prodotti tra cui il cliente del tuo pet shop può scegliere. I *Vita Veggies Stickies* per cani sono deliziosi stick di verdure proposti in due varietà: con *Patata dolce & Carote* o con *Formaggio & Patate*. Come i famosi Beef Stick di Vitakraft, sono affumicati su legno di faggio, per un gusto irresistibile e



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



un profumo appetitoso. Contengono preziose proteine del formaggio o sano carotene delle patate dolci e delle carote. I *Vita Veggies Stickies* sono già pretagliati per un facile porzionamento, ideali quindi come variante vegetariana da offrire a cani che fanno sport. Ogni confezione contiene sei pratiche bustine monodose da 80 g ciascuna.



I *Vita Veggies Liquid* sono snack cremosi per gatti con gustosi pezzetti di verdure e preziosa taurina, che supporta le funzioni cardiache e la vista. Privi di conservanti, sono disponibili in due varianti, con *Formaggio e Pomodori* o con *Carote e Barbabietola*. Data la loro consistenza, i *Liquid* sono perfetti da offrire direttamente dalla mano spremendo il tubetto, da servire nella ciotola oppure come topping, sopra l'alimento principale. Ogni confezione contiene sei pratiche bustine monodose da 80 g ciascuna.

Quando il gusto... rispetta l'ambiente

I test del *Vitakraft panel* sono ottimi: oltre l'80% dei proprietari pet è entusiasta di po-





ter offrire al proprio animale un prodotto sano e naturale, in linea con uno stile di vita più rispettoso dell'ambiente. Anche l'appetibilità del prodotto è eccellente: l'85% di gradimento da parte dei gatti e il 90% da parte dei cani. Sai bene che gli acquisti di prodotti senza carne sono oggi in rapida crescita e che il 'trend vegetariano' è in aumento grazie a tanti nuovi giovani consumatori con buona capacità di spesa. In tanti ora si definiscono poi flexitari (semivegetariani) e praticano una dieta amica della salute e rispettosa dell'ambiente prediligendo alimenti vegetariani, senza rinunciare sporadicamente ad alimentarsi con proteine animali. Vita Veggies è quindi la linea innovativa amica dell'ambiente dedicata a un target giovane. Un concetto di prodotto unico dal grande potenziale di vendita che conferma ancora una volta Vitakraft come marchio leader per varietà e innovazione nel segmento degli snack per cani e gatti.

Display dedicato per il tuo negozio

In occasione del lancio di questa innovativa linea di snack vegetariani, Vitakraft ha realizzato un display dedicato, importante per distinguerla dai normali snack di carne ed enfatizzare al massimo la comunicazione sul tuo punto vendita, attraendo il consumatore alla ricerca di una gamma friendly e sostenibile. Una linea esclusiva che, in fase di lancio, trova proprio fuori banco la sua perfetta collocazione: il nuovo display Vita Veggies da 1/8 pallet permette di esporre tutti i 4 prodotti con grande praticità grazie alle misure compatte (solo 30 cm di larghezza per 40 cm di profondità) e di avere al tempo stesso un grande impatto cromatico ed emozionale. (C.P.)

ECO-FRIENDLY TREATS

Innovation, flavour and sustainability: *Vita Veggies*, the new 100% vegetarian line will win the favour of cats and dogs

Vita Veggies is the new line of 100% vegetarian treats launched by Vitakraft worldwide. A delicious alternative to meat treats. It is made in Germany with a natural recipe: healthy vegetables without sugar, cereals, artificial colouring and flavour enhancers. The exclusive range not only broadens the treat offer, but also helps protect the environment since it is meat-free.

BROAD CHOICE

The line includes four different products. *Vita Veggies Sticks* for dogs are delicious vegetable sticks available in two flavours: *with Sweet Potato & Carrot* or *with Cheese & Potato*. Just like famous *Beef Stick* by Vitakraft, they are smoked with beechwood for an irresistible flavour and a delicious smell. They contain precious cheese proteins or healthy carotene from sweet potatoes and carrots. *Vita Veggies Sticks* are pre-cut for easy dose: they are the perfect vegetarian alternative for sporty dogs. Each package contains six handy and single-serve 80g pouches.

Vita Veggies Liquid are creamy treats for cats with delicious bites of vegetables and precious taurine, which support heart and sight functionality. They are free from preservatives and come in two recipes, *with Cheese and Tomatoes* or *with Carrots and Beetroot*. Thanks to their texture, *Liquid* can be fed directly from the hand by squeezing the tube, served in the bowl or as topping on the main food. Each package contains six handy and single-serve 80g pouches.

WHEN FLAVOUR IS...ECO-FRIENDLY

Vitakraft panel tests are excellent: over 80% of pet owners are eager to provide their pet with a healthy and natural product, in line with an eco-friendly life style. The product's palatability is also excellent: 85% of appreciation among cats and 90% among dogs.

You know well that the sales of meat-free products are growing fast and that the "vegetarian" trend is increasing, thanks to plenty of new young customers with good budget. Many people call themselves flexitarians (semi-vegetarian) and follow a healthy and eco-friendly diet by choosing mainly vegetarian food and rarely eating animal proteins. *Vita Veggies* is the innovative and eco-friendly line dedicated to a young target. The product concept is unique and offers a great sales potential, which once again proves that Vitakraft is a leading brand in terms of variety and innovation in the segment of treats for cats and dogs.

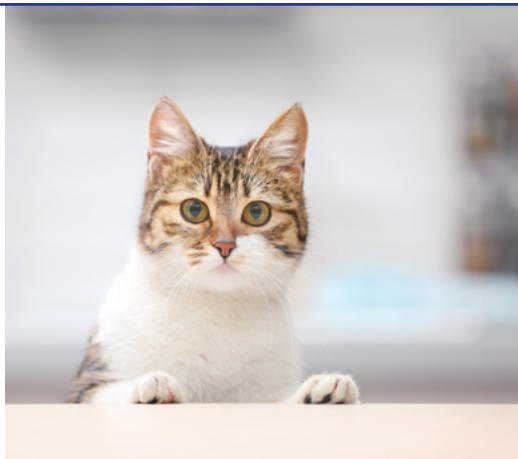
SPECIAL DISPLAY FOR YOUR SHOP

For the launch of this innovative line of vegetarian treats, Vitakraft developed a special display to distinguish the range from traditional meat treats and improve in-shop communication: the goal is to attract customers looking for a friendly and sustainable range. For its launch, this exclusive range has its perfect place: new 1/8-pallet *Vita Veggies* display allows the smart display of all four products thanks to its reduced size (only 30cm wide and 40cm deep), ensuring a great colour and emotional impact at the same time.



Un pieno di novità

Nuove ricette specifiche, nuovo packaging e nuovo espositore... la linea *Monge Supreme* rappresenta un vero punto di forza per il tuo negozio



Per i tuoi clienti che amano i superfood, ecco l'ultima novità di casa Monge, le nuovissime ricette *Monge Supreme*: ben 25 differenti formulazioni proposte in pratiche confezioni monodose (13 buste e 12 lattine da 80 g), per supportare la qualità di vita quotidiana di ogni gatto. La linea rappresenta una vera novità nell'ambito dell'alimentazione felina poiché offre una dieta equilibrata, variegata, con ricette tutte formulate con materie prime selezionate per i loro elevati valori nutrizionali specifici per gattini in accrescimento, gatti adulti, gatti sterilizzati e gatti anziani.

MONGE
La famiglia italiana del pet food

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



Benessere a base di pesce

Gli alimenti *Monge Supreme* sono preparati con squisiti pezzetti di pesce dall'alto valore biologico, resi appetibili e digeribili mediante cottura a vapore, che mantiene intatti i sapori.

Le ricette con tonnetto striato, selezionato con cura e pescato nel rispetto di ambiente e biodiversità, sono arricchite di superfood: tante verdure e tanti frutti, come baby-carrots, spinaci, piselli, goji, mirtilli rossi, ginkgo biloba, ma anche quinoa, alghe, riso integrale e pesci selezionati come spigola, orate, cozze, triglia, granchio e calamari. Grazie all'inserimento della quinoa in diverse formulazioni, *Monge Supreme* soddisfa anche la richiesta di un'alimentazione priva di cereali, destinata a gatti con specifiche esigenze nutrizionali. Le ricette contengono frutto-oligosaccaridi (FOS), prebiotici per il benessere intestinale e sono prive di coloranti e conservanti artificiali aggiunti e No Cruelty Test.



Novità anche per il tuo negozio

Il packaging innovativo di *Monge Supreme* illustra in modo chiaro e trasparente le principali caratteristiche del prodotto ed è stato studiato per dare massima visibilità possibile ai superfood, indicandoli su ogni confezione con immagini specifiche.

E per dare risalto alla linea anche all'interno del tuo punto vendita, Monge ha deciso di realizzare un espositore dedicato all'intera gamma, sia di buste che di lattine, che rispecchia la filosofia dell'azienda volta al sostegno dell'ambiente, con l'obiettivo di rispettare la natura e limitare gli sprechi. L'espositore è interamente riciclabile e creato a sua volta con sola carta proveniente da riciclo. Una decisione ecosostenibile che contribuisce a salvaguardare il pianeta.

Delizie in busta e lattina per ogni età

Monge Supreme in bustine da 80 g:

- *Monge Supreme Kitten Tonno con Piselli e Baby Carrots*;
- *Monge Supreme Kitten Tonno con Quinoa e Baby Carrots*;
- *Monge Supreme Kitten Tonno con Spinaci e Baby Carrots*;
- *Monge Supreme Adult Tonno con Broccoli e Baby Corn*;



- *Monge Supreme Adult Tonno con Cozze e Olive;*
- *Monge Supreme Adult Tonno con Piselli e Baby Carrots;*
- *Monge Supreme Adult Tonno con Quinoa e Alghe;*
- *Monge Supreme Adult Tonno con Spigola e Patate;*
- *Monge Supreme Adult Tonno con Zucca e Baby-Corn;*
- *Monge Supreme Sterilised Tonno con Quinoa e Fagiolini;*
- *Monge Supreme Sterilised Tonno con Quinoa e Zucca;*
- *Monge Supreme Sterilised Tonno con Sogliola e Piselli;*
- *Monge Supreme Sterilised Tonno con Triglia e Fagiolini.*



Monge Supreme in lattine da 80 g:

- *Monge Supreme Kitten Tonno con Orata;*
- *Monge Supreme Kitten Tonno con Riso Integrale e Cocco;*
- *Monge Supreme Adult Tonno con Orata;*
- *Monge Supreme Adult Tonno con Riso Integrale e Cocco;*
- *Monge Supreme Sterilised Tonno con Riso Integrale e Mirilli Rossi;*
- *Monge Supreme Sterilised Tonno con Riso Integrale e Goji;*



- *Monge Supreme Sterilised Tonno con Riso Integrale e Longan;*
- *Monge Supreme Sterilised Tonno con Riso Integrale e Ginkgo Biloba;*
- *Monge Supreme Sterilised Tonno con Granchio;*
- *Monge Supreme Sterilised Tonno con Calamari;*
- *Monge Supreme Sterilised Tonno con Spigola;*
- *Monge Supreme Senior Tonno con Riso Integrale e Tè Verde Matcha. (A.S.)*

PLENTY OF NEWS

New specific recipes, new packaging and new display...*Monge Supreme* line is a real point of strength for your shop

If your customers love superfoods, here come the latest news by Monge, new *Monge Supreme* recipes: 25 different formulas available in handy single-serve packages (13 recipes in 80g pouches and 12 recipes in 80g tins), to support cats life quality every day. The line is an innovation in cat nutrition: it offers a balanced, varied diet; moreover, recipes feature raw ingredients selected after their elevated nutritional values, specific for growing kittens, adult cats, neutered and senior cats.

FISH-SHAPED WELL-BEING

Monge Supreme food is made with delicious bites of fish with elevated biological value, palatable and digestible thanks to steam cooking (which also preserves flavour unaltered). The recipes contain skipjack tuna, selected with care and fished respecting environment and biodiversity. Moreover, they are supplemented with superfood: plenty of vegetables and fruits, such as baby-carrots, spinach, peas, goji, cranberries, ginkgo biloba, quinoa, seaweed, whole rice plus selected fish such as sea bass, gilthead bream, mussels, surmullets and squid. Several recipes contains quinoa, making *Monge Supreme* suited for cereal-free diets and cats with specific nutritional needs. All recipes contain fructo-oligosaccharides (F.O.S.) and prebiotics for the intestinal well-being and they are free from artificial added colouring and preserving agents. They are also no cruelty test.

NEWS FOR YOUR SHOPS

Monge Supreme innovative packaging ensures a transparent and clear explanation of the product's main features. Moreover, the presence of superfood is clearly visible on each package with specific pictures.

To enhance the product's visibility in your shop, Monge chose to develop a specific display for the whole range (both pouches and tins), which reflects the company's philosophy on environmental support: the goal is to respect nature and reduce waste. The display is completely recyclable and it has been made with recycled paper. This eco-sustainable choice helps protect our planet.

DELICACIES IN POUCH AND TIN FOR ALL AGES

Monge Supreme in 80g pouches g:

- *Monge Supreme Kitten Tuna with Peas and Baby Carrots;*
- *Monge Supreme Kitten Tuna with Quinoa and Baby Carrots;*
- *Monge Supreme Kitten Tuna with Spinach and Baby Carrots;*
- *Monge Supreme Adult Tuna with Broccoli and Baby Corn;*
- *Monge Supreme Adult Tuna with Mussels and Olives;*
- *Monge Supreme Adult Tuna with Peas and Baby Carrots;*
- *Monge Supreme Adult Tuna with Quinoa and Seaweed;*
- *Monge Supreme Adult Tuna with Sea Bass and Potatoes;*
- *Monge Supreme Adult Tuna with Pumpkin and Baby-Corn;*
- *Monge Supreme Sterilised Tuna with Quinoa and Green Beans;*
- *Monge Supreme Sterilised Tuna with Quinoa and Pumpkin;*
- *Monge Supreme Sterilised Tuna with Sole and Peas;*
- *Monge Supreme Sterilised Tuna with Surmullet and Green Beans.*

Monge Supreme in 80g tins:

- *Monge Supreme Kitten Tuna with Gilthead Bream;*
- *Monge Supreme Kitten Tuna with Whole Rice and Coconut;*
- *Monge Supreme Adult Tuna with Gilthead Bream;*
- *Monge Supreme Adult Tuna with Whole Rice and Coconut;*
- *Monge Supreme Sterilised Tuna with Whole Rice and Cranberries;*
- *Monge Supreme Sterilised Tuna with Whole Rice and Goji;*
- *Monge Supreme Sterilised Tuna with Whole Rice and Longan;*
- *Monge Supreme Sterilised Tuna with Whole Rice and Ginkgo Biloba;*
- *Monge Supreme Sterilised Tuna with Crab;*
- *Monge Supreme Sterilised Tuna with Squid;*
- *Monge Supreme Sterilised Tuna with Sea Bass;*
- *Monge Supreme Senior Tuna with Whole Rice and Matcha Green Tea.*

Scegli di fare la differenza

Con i prodotti Mister Pet proponi al cliente del tuo pet shop solo alimenti sani e naturali, lavorati con le tecnologie più avanzate



Mister Pet ha intrapreso da tre generazioni un lungo viaggio nell'ambito dell'eccellenza del cibo per cani e gatti, in uno dei luoghi più belli e ricchi del panorama enogastronomico a livello mondiale, la Food Valley. Una passione viscerale per un territorio che non solo ha ispirato la passione della famiglia Gambarelli per la cultura e la conoscenza delle materie prime, ma ha spinto oltre il desiderio di trovare sempre delle soluzioni nutrizionali per il benessere degli amici a quattro zampe.

Oggi Mister Pet rappresenta infatti un punto di riferimento dell'eccellenza nella produzione di cibo secco a livello mondiale, segnando il suo percorso con dei 'forti' punti di differenziazione che sono e rimarranno unici e impareggiabili. Vediamone alcuni.



La "cucina" Mister Pet

In Mister Pet tutte le materie prime vengono selezionate nella divisione aziendale di lavorazione della carne e del pesce (concetto unico a livello internazionale), sotto la supervisione della famiglia Gambarelli che gestisce questa attività da oltre 40 anni.

Ecco perché competenza e conoscenza nell'ambito delle materie prime da parte dell'azienda sono davvero uniche. Mister Pet:

- gestisce una 'filiera' completa, dalla sele-

MISTERPET



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



zione e lavorazione delle materie prime, alla cucina e al confezionamento;

- sa esattamente cosa mette nelle proprie ricette;
- effettua diverse lavorazioni di carne/pesce fatte in casa: dalla carne fresca e/o congelata, alla carne idrolizzata e disidratata, che vengono processate e prodotte all'interno delle cucine dell'azienda;
- prevede un processo di precottura a vapore di almeno 1 ora per tutti gli ingredienti a base di carne prima del processo di estrusione, preservando così la sua integrità e rendendo le proteine e i nutrienti più disponibili per l'assimilazione;
- dispone di uno dei più grandi e avanzati magazzini refrigerati (-18 °C) d'Europa, totalmente automatizzato, dove immagazzina tutte le materie prime selezionate;
- ha da poco realizzato una nuova cucina a pochi metri da quella attuale, su una superficie di 12.000 mq, che promuoverà un'ulteriore crescita nella ricerca e nella produzione di



soluzioni nutrizionali all'avanguardia nel panorama mondiale. La nuova cucina utilizzerà le tecnologie di produzione Wenger (l'azienda americana più conosciuta al mondo per gli estrusori nel settore petfood), tra le più avanzate a livello mondiale.



La nuova cucina Mister pet
Mister Pet new kitchen

La Food Valley

Mister Pet si trova nel mezzo della Food Valley italiana, la zona più ricca al mondo per numero di prodotti DOP e IGP (ben 44), dove ha creato un forte legame con il territorio. Con la sua produzione di prodotti Mister Pet, la famiglia Gambarelli - con Enzo Gambarelli, fondatore e titolare - costituisce una delle pietre miliari di questo meraviglioso luogo. È proprio nella Food Valley che nascono gli alimenti Mister Pet per cani e gatti prodotti con materie prime pregiate e certificate, selezionate e tracciate in tutta la loro filiera, per garantire in qualsiasi momento l'identificazione e lo storico di vita di ogni lotto di produzione e di ogni suo componente. L'azienda dedica infatti particolare attenzione alla fase della selezione delle materie prime: all'arrivo dei prodotti viene effettuato un attento controllo qualità, seguendo rigidi criteri legislativi in vigore nel settore food in Italia.



MAKE THE DIFFERENCE

With Mister Pet products you will offer healthy and natural food, processed with the most modern technologies

Three generations ago Mister Pet started a long journey into the excellence of food for cats and dogs, in one of the most beautiful and rich places of the worldwide enogastronomic panorama, the Food Valley. The visceral passion for this land not only inspired the passion of Gambarelli family for culture and knowledge of raw ingredients, but it also inspired the desire to look for nutritional solutions dedicated to the well-being of pets.

Mister Pet currently represents a point of reference worldwide in the excellence of dry food, marking its path with strong distinguishing features, which are and will be unique and unrivalled. Let's see some of them.

MISTER PET "KITCHEN"

At Mister Pet, all raw ingredients are selected in the company division of meat and fish processing (unique concept worldwide), under the supervision of Gambarelli family, who has been running the company for over 40 years.

That is why expertise and knowledge in raw ingredients are really unique. Mister Pet:

- manages a complete "production chain", from selection and processing of raw ingredients, to cooking and packing;
- knows exactly what is inside its recipes;
- relies on various home-made meat/fish processing: from fresh and/or frozen meat/fish to hydrolysed and dehydrated meat, which are processed and manufactured within the company's kitchen;
- relies on steam pre-cooking for 1 hour of all meat ingredients before extrusion, preserving their integrity and increasing the absorption of proteins and nourishing substances;
- relies on one of the largest and most modern refrigerated warehouse in Europe (-18°C), completely automated, where all selected raw ingredients are stocked;
- recently built a new kitchen near the current one, on a surface of 12,000 square metres. It will support a further growth in the research and production of modern nutritional solutions worldwide. The new kitchen will rely on Wenger production technique (the most popular US company in terms of pet food extruders) and it will be one of the most modern all over the world.

FOOD VALLEY

Mister Pet is located in the middle of the Italian Food Valley, the richest area in the world in terms of DOP and IGP products (44), where it created a strong bond with the territory. With Mister Pet production, Gambarelli family and Enzo Gambarelli (founder and owner), represents one of the milestones of this wonderful place. Mister Pet food for cats and dogs are born in the heart of the Food Valley, with fine and certified raw ingredients, selected and traced throughout the chain to ensure identification and tracking of each batch and each ingredient. The company pays special attention to raw ingredient selection: upon product arrival an attentive quality control is carried out, following the strict regulation rules of Italian pet food.

REALLY HOME MADE

With time, the company established strong collaborations with Italian nutritionists and universities, which helped the Mister Pet reaching its worldwide excellence in the world.

A few key ingredients are created in the company's kitchen and laboratories:

- Omega 3 and 6, developed internally;
- home-made digest;
- meat and fish (fresh, frozen, hydrolysed), processed within the plant;
- hydrolysed ingredients developed with a customized manufacturing process;
- *antioxidant mix (herbs) and prebiotics internally developed to support the intestinal flora of beloved pets.





Home Made, veramente fatto in casa

L'azienda ha costruito nel tempo forti legami di collaborazione con importanti nutrizionisti e Università italiane, che hanno contribuito al raggiungimento di quell'eccellenza che fa di Mister

Pet una delle eccellenze del cibo italiano nel mondo. Nelle cucine e nei laboratori aziendali vengono realizzati alcuni ingredienti chiave:

- Omega 3 e 6 sviluppati internamente;
- digest fatto in casa;
- carni e pescato nelle varie forme, dalla carne fresca, congelata, fino all'idrolizzato, prodotti e lavorati all'interno delle strutture;
- idrolizzato realizzato con un processo di produzione completamente adattato e personalizzato nel tempo;
- miscele di antiossidanti (piante officinali ed erbe) e prebiotici create internamente per supportare la flora intestinale degli amati pet.

Nutrizione impareggiabile

• Varietà di carne molto più ampia rispetto alla media del mercato. E varietà significa una dieta sana. Ad esempio, l'alimento *Primordial Grain Free* contiene fino a 21 proteine diverse!

- Carni rosse, bianche, blu (pesce) e nere (selvaggina), per un abbinamento unico e ineguagliabile.
- Ampia selezione e combinazione di nuove proteine: ottime opzioni per i soggetti sensibili al cibo o che soffrono di allergie o intolleranze alimentari.
- Varietà di carne molto ricca in valore proteico (biodisponibilità) e povera di colesterolo e grassi.



Quality Awards 2021 e 2022

L'eccellenza Mister Pet è stata riconosciuta e premiata con la vincita per due anni consecutivi dei Quality Awards 2021 e 2022, grazie a due dei marchi Mister Pet più importanti: la linea *Primordial Grain Free* per cani e gatti e la linea *Vivere Low Grain*. Un grande riconoscimento di tutti gli sforzi compiuti dalla famiglia Gambarelli per innovarsi e raggiungere una qualità senza pari nel mondo del pet food.

Mister Pet ha ottenuto risultati inimmaginabili: *Primordial* per cani e *Vivere* hanno sbaragliato gli altri concorrenti con un gradimento globale tra i più alti e una *intention to buy in blind* (una propensione a comprare 'alla cieca', cioè senza conoscere la marca del prodotto) molto alta, pari a oltre il 90% del campione. Inoltre, *Primordial Grain Free* è stato premiato con l'importante Award "Approvato dai Veterinari". (P.M.)



UNRIVALLED NUTRITION

- Broader meat variety compared to the market average. Variety means a healthy diet. For example, *Primordial Grain Free* contains up to 21 different proteins!
- Red, white, blue (fish) and black (game) meat, for a unique and unrivalled combination.
- Broad selection and combination of new proteins: excellent options for food-sensitive pets or pets with food allergies or intolerances.
- Protein-rich meat (bio-availability), low in cholesterol and fats.

QUALITY AWARDS 2021 AND 2022

Mister Pet excellence has been acknowledged and rewarded for two consecutive years with Quality Awards 2021 and 2022, thanks to two of Mister Pet most important brands: *Primordial Grain Free* for cats and dogs and *Vivere Low Grain line*. It is a great reward for all the efforts of Gambarelli family to innovate and reach an unrivalled quality in pet food.

Mister Pet received outstanding results: *Primordial* for dogs and *Vivere* beat their competitors with one of the highest overall approval and an elevated *intention to buy in blind*, over 90% of the sample. Moreover, *Primordial Grain Free* received the prestigious "Veterinary Approved" Award.

Innovazione in negozio

**Proponi al tuo cliente una vera e propria novità
in Italia distribuita in esclusiva da Farm Company:
la linea di giochi masticabili *Nylabone***



I cani amano masticare perché il movimento li calma, li rassicura e li rilassa, aiutandoli ad allontanare lo stress: per questo *Nylabone* è un prodotto fondamentale per loro. Si tratta di giochi masticabili tra i più venduti

FARM COMPANY

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



Nylabone

negli Stati Uniti e la cui linea è oggi distribuita in esclusiva in Italia da Farm Company, azienda piemontese specializzata nella distribuzione di accessori innovativi e di qualità per cani e gatti con un occhio di riguardo ai materiali sostenibili e naturali.

Farm Company ritiene importante prendersi cura degli amici pet e dell'ambiente e per questo punta ad offrire prodotti di qualità, funzionali e innovativi. Ed esattamente queste sono le caratteristiche dei giochi della linea *Nylabone*: non vengono trattati con prodotti chimici, non sono sbiancati né incollati e non possono scheggiarsi. Sono inoltre privi di calorie.

Perché scegliere *Nylabone*?

Perché i cani masticano quando sono in ansia, preoccupati, stressati o semplicemente per gioco, ma si tratta di un comportamento istintivo e naturale, che non va limitato... bisogna solo trovare il modo giusto per sfogare questa loro necessità.

La linea *Nylabone* offre al cliente del tuo pet shop un'ampia varietà di giochi con forme, dimensioni e consistenze diverse, dai sapori sempre attivi grazie all'inserimento degli aromi direttamente nell'impasto. Puoi consigliare all'acquirente quale gioco sia il più adatto in base alla taglia e alla forza masticatoria del suo quattrozampe: *teething*, *moderate*, *strong* o *extreme*.

È possibile inoltre scegliere tra più gusti deliziosi per soddisfare tutte le esigenze: l'assortimento *Nylabone* è infatti disponibile nei sapori *Pollo*, *Manzo*, *Cervo*, *Bisonte* e *Bacon*. (G.A.)



INNOVATION IN SHOP

Recommend to your customers a brand new product in Italy, distributed in exclusive by Farm Company: *Nylabone* chew toys

Dogs love chewing because movement calms them down, helps them relax and relief from stress. That is why *Nylabone* is fundamental: the line offers the most-popular chew toys in the USA and it is distributed in exclusive in Italy by Farm Company, a Piedmont company specialized in distributing innovative and quality accessories for cats and dogs, with special attention to sustainable and natural materials.

According to Farm Company, it is important to take care of pets and the environment. That is why it aims at offering quality, functional and innovative products. These are the features of *Nylabone* toys: they are not treated with chemical products, they are not bleached or glued and they cannot splinter. Moreover, they are calorie-free.

WHY CHOOSE NYLABONE?

Dogs chew when they are anxious, worried, stressed or simply to play: it is an instinctive and natural behaviour, which must not be limited...it is enough to find the right way to help them unload.

Nylabone range offers a broad variety of toys with different shapes, sizes and textures. Flavour is always present because it is poured directly in the material. Recommend the right toy according to dogs size and jaw strength: *teething*, *moderate*, *strong* or *extreme*.

It is possible to choose among various delicious flavours to suit all needs. *Nylabone* toys are available with: *Chicken*, *Beef*, *Venison*, *Bison* and *Bacon*.

Un'offerta ampia e di qualità

Una rinnovata gamma completa di alimenti umidi kitten come punto di forza del tuo negozio per rispondere alle esigenze del proprietario, spesso impreparato, che accoglie in casa un gattino



Continua ad aumentare il numero di famiglie italiane che sceglie di condividere la propria vita con un gatto, e crescente è anche l'attenzione che i pet parent dedicano in casa al nuovo arrivato, specie nei suoi primi mesi di vita. Uno degli argomenti che più preoccupano il neoproprietario è quello dell'alimentazione, soprattutto la delicata fase dello svezzamento, con la ricerca del prodotto migliore per soddisfare le sue specifiche esigenze nutrizionali.

whitebridge
pet brands

WHITEBRIDGE PET BRANDS
www.schesir.com



Schesir
Kitten Care

I dati di mercato (*Rapporto Assalco-Zoomark 2021*) confermano come nel comparto dell'umido gatto a trainare la crescita sia anche il segmento kitten.

I gattini hanno infatti bisogni diversi rispetto ai gatti adulti, necessitano di alimentarsi più volte al giorno per assumere la giusta quantità di nutrienti e devono seguire un programma alimentare che contempli cibi particolarmente morbidi, per via della dentizione ancora inefficiente.

Il tuo ruolo di negoziante nel consigliare sarà pertanto cruciale, per indirizzare il cliente verso gli alimenti più adatti illustrandone i benefici.

Dal canto suo, *Schesir* risponde alle tendenze del mercato e ai bisogni dei consumatori offrendo una rinnovata gamma di cibi umidi kitten, ampliata e migliorata, valorizzata anche da una nuova grafica, per differenziare la linea dai prodotti per gatti adulti.

Dal canto suo, *Schesir* risponde alle tendenze del mercato e ai bisogni dei consumatori offrendo una rinnovata gamma di cibi umidi kitten, ampliata e migliorata, valorizzata anche da una nuova grafica, per differenziare la linea dai prodotti per gatti adulti.

Nuove ricette...

- 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.

I prodotti in crema sono proposti in un 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 si può conservare in frigo fino a 72 ore. Filetti di tonnetto o pollo trasformati in una texture soffice e cremosa dall'alto livello proteico, con vitamine e minerali per lo sviluppo del sistema immunitario del gattino.

I prodotti in mousse si presentano in lattina da 85 g e sono ideali dai 3 ai 12 mesi: filetti di tonnetto e pollo frullati in mousse e arricchiti con proteine dell'uovo, per fornire il giusto apporto nutritivo all'accrescimento del gattino.





...E formule rinnovate

Per offrire ai gattini dai 3 ai 12 mesi un'alimentazione specifica per le loro esigenze nutrizionali ma 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), si rinnovano e sono oggi ancora più complete e bilanciate, arricchite con vitamine e minerali.

Ma non solo



Oltre a proporre le migliori soluzioni per l'alimentazione del gattino, *Schesir* ha ideato *Miaopedia*, una guida completa ed esaustiva utile per supportare i tuoi clienti durante il primo anno di vita del gattino, grazie ai preziosi consigli del veterinario e alle esperienze vissute personalmente dai pet lover.

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*. (T.P.)

BROAD AND QUALITY RANGE

Renovated complete range of kitten wet food: the point of strength in your shop, to meet the specific needs of unprepared owners of new kittens

The number of Italian families who choose to share their lives with cats is growing, and so is the attention of pet parents to the new pet member of their family, especially during the first months. Nutrition is one of the main worries of new owners, especially weaning: they look for the right products to meet their specific nutritional needs.

Market figures (*Assalco-Zoomark 2021 report*) confirm that kitten segment is one of the main "levers" in the wet food sector.

Kittens have different needs compared to adult cats: they need to eat more times per day, to ingest the right quantities of nourishing substances, and they must follow a nutritional plan with soft food, because of their inefficient teeth.

Your role as advisor-retailer will be crucial to recommend the best products for your customers' kittens.

Schesir meets the trends of the market and the needs of customers with a renovated range of kitten wet food: it has been broadened and improved, with a new layout to differentiate it from adult cats.

NEW RECIPES...

- 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.

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 come 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.

...AND 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, supplemented with vitamins and minerals.

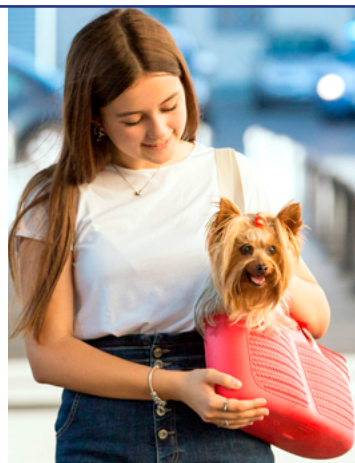
AND MORE

Besides offering the best solution for kitten nutrition, *Schesir* developed *Miaopedia*, the complete guide that supports customers throughout the first year of their kitten. It contains tips from veterinarians and the precious experiences of pet lovers.

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

Semplicemente... indispensabile

Mia Pet, la borsa trasportino di Bama: un prezioso alleato di cui il tuo cliente e il suo quattrozampe non potranno più fare a meno



Per molti anni l'abitudine di portare a spasso cani di razza mini, in borsetta o passeggino, è stata considerata nociva, attribuendo il motivo al caratterino spesso dominante dei pelosi in questione. In realtà il tempo ha dimostrato che se un cane di taglia piccola ha un brutto carattere spesso deriva da un'educazione troppo permissiva, conseguenza del senso di protezione e desiderio di contatto costante che l'animale suscita nel padrone proprio per via della sua dimensione... mini. Ma tutto ciò non ha niente a che vedere con il portarlo a spasso. Anzi, ci sono ottimi motivi per farlo.



BAMAPET
www.bamagroup.com
www.enjoylifewithbamapet.com



Quando il trasporto non è un semplice vezzo

Nei pomeriggi di shopping o in caso di passeggiate un po' più impegnative del solito in cui chihuahua, yorkshire o anche maltese non riescono a 'tenere il passo', non per capriccio o cattivo carattere ma per semplici e logiche motivazioni fisiche dovute alla loro morfologia, necessariamente il tuo cliente dovrà pensare di prenderli in braccio o metterli in un apposito trasportino, certo non ingombrante come quello con cui si recano dal veterinario. Lo stesso vale quando l'asfalto in estate raggiunge temperature altissime o in inverno è gelato, o in situazioni troppo affollate che presentano il rischio per il cane di venire calpestato o travolto.

Un altro ottimo motivo da far presente al cliente del tuo negozio per scegliere di portare con sé il proprio piccolo amico comodamente alloggiato in una borsa/trasportino è di natura medica e si chiama parvovirosi, il terrore dei proprietari di tutti i cuccioli che non dà scampo ai soggetti che se ne ammalano. Se il cucciolo ha tre mesi ma non è ancora coperto da tutti i vaccini, non solo non deve stare a contatto con altri cani ma è meglio non passeggiare dove altri potrebbero aver fatto i bisogni. Con cosa trasportare dunque i mini amici pelosi in tutte queste situazioni?

Trasporto comodo, fashion, igienico

Bama viene incontro all'esigenza di trasporto dei piccoli amici quattrozampe del tuo cliente con Mia Pet, la borsa morbida, pratica, e sicura con cui portare sempre con sé il proprio cane di taglia XS (ma anche gatto o coniglio che sia). Resistente e robusta,





dotata di cinghie regolabili, impermeabile e igienica, lavabile con semplice sapone naturale per assicurare un livello di pulizia ottimale, *Mia Pet* si distingue dalle normali borse in gomma non solo per i due colori moda, rosso corallo e acquamarina, ma anche per il design con apertura su un lato con bordo ribassato che permette al cane di affacciarsi o riposare nel massimo comfort appoggiando il muso.

La borsa trasportino di Bama è un vero e proprio alleato prezioso... Mai più zampette bruciate, contesti pericolosi o affaticamento da saldi con la padrona fashion! Le dimensioni di *Mia Pet* sono 40x15x24h cm. (G.A.)

SIMPLY... ESSENTIAL

Mia Pet, Bama pet carrier: a precious and essential ally for your customers and their pets

The habit of carrying mini dogs in bags or strollers has been regarded as dangerous for years, due to the dominant behaviour of pets. Time has shown that bad behaviours of tiny dogs are often caused by indulgent education, a consequence of the owners' desire to protect and cuddle their pet because of their mini size. However, this has nothing to do with taking them out for a walk, quite the opposite.

WHEN CARRIERS ARE NOT JUST A WHIM

During shopping afternoon or intensive walks, Chihuahua, Yorkshire and Maltese dogs might not keep up with their owners, not because of their bad behaviour but because of their morphology. In such cases, owners should hold them or place them in a carrier (not the same used for veterinary visits). The same goes in summer, when asphalt reaches high temperatures or in winter, when it gets icy. Or even in crowded areas, where dogs might get stepped on or crushed.

Another good reason to recommend a comfortable pet carrier to your customers is parvovirus, a disease every owner of puppies is frightened of. If three-month puppies are not fully vaccinated yet, not only they should not get in touch with other dogs, but they should also avoid areas where other dogs might have left their excrements. What is the best tool for our small furry friends in such situations?

COMFORTABLE, FASHIONABLE, HYGIENIC

Bama meets the need to carry your customers' small pets with *Mia Pet*, the soft, handy and safe bag to carry your XS dogs (but also rabbit or cats). Strong and resistant, with adjustable straps, rainproof and hygienic, washable with just natural soap to ensure the perfect cleaning: *Mia Pet* stands out among traditional rubber bags not only for two trendy colours (coral red and aquamarine), but also for the design with opening on the side and lowered edge, to allow dogs to look out or relax.

Bama pet carrier is a real precious ally...no more burnt paws, dangerous situations or sale stress with fashion owner! *Mia Pet* measures 40x15x24h cm.



Gli Oscar dell'eccellenza

Si è svolto a giugno l'evento più importante della toelettatura in Italia, con seminari e dimostrazioni didattiche tenuti da maestri toelettatori tra i più importanti al mondo

Il 4 e 5 giugno si sono accesi i riflettori sulla 14° edizione del *Master Show*, che si è svolto quest'anno presso il Palacongressi di Bellaria (Rimini) a due passi dal mare, location che è stata molto apprezzata anche per il ritorno sulla riviera romagnola. L'evento ha visto la partecipazione non solo di

toelettatori professionisti e aziende

specializzate, ma anche di figure professionali del settore grooming invitate appositamente per rendere ancora più ricca una manifestazione che ogni anno punta all'eccellenza.

Quando si parla di *Master Show* si parla implicitamente anche di Paola Acco, nota giudice a livello internazionale nonché ideatrice e fautrice dell'evento. Grazie a lei ogni anno il *Master Show* risulta originale e unico, e quest'anno lo è stato ancora di più, con un'importante partecipazione di operatori del settore: esperti toelettatori e principianti che aspiravano ad elevare le proprie competenze professionali.

Un programma completo

Nella scaletta del programma ovviamente non potevano mancare, come ogni anno, dimostrazioni didattiche e seminari, punto forte della manifestazione. Quest'anno si è puntato molto sul tema della scelta e della manutenzione dell'attrezzatura e sulle varie tecniche di lavoro: forbici, trimming, rolling coat, carding, stripping. Molto importanti anche i seminari sulla gestione economica dell'azienda e quelli sui soggetti difficili, come cani cuccioli o anziani. I toelettatori professionisti che hanno tenuto i seminari sono stati Oscar Ripamonti, Sarah Odette Genova, Marco Marastoni e Gianni Davito, mentre gli esperti delle attrezzature da lavoro erano Marino Del Degan, Domenico Gottardi e Livio Polla.

Il Trade Show: o ci sei, o ci devi essere

Anche il *Trade Show*, la fiera della toelettatura in Italia, è diventato un appuntamento fisso per le aziende e le associazioni espositrici - quest'anno ben 35 - che hanno presentato novità e attrezzature all'avanguardia. Il *Trade Show* contribuisce ad attirare ogni anno molti toelettatori in visita, che possono accedere tutti gratuitamente al *Master Show*.



MASTER SHOW
cell. 3883829565
www.mastershow.it
info@mastershow.it



Tutti in gara!

Parallelamente al *Master Show* si è svolto il *Campionato Italiano e Internazionale di Toelettatura 2022* in collaborazione con EGA-European Grooming Association, giudicato dai presidenti di giuria Paola Acco e Umberto Lehmann e dai giudici di tutte le categorie: Denise Westbrook, Marco Marastoni, Ilaria Girardelli, Irene Ferrato e Valerie Coton.

Complementi a tutti i vincitori delle varie classi e a Martina Fabrizi, che si è aggiudicata il Best in Show con lo stripping di un Airedale terrier. Ma tantissimi sono stati i premi speciali consegnati quest'anno per l'alta qualità di lavoro.

Lo spirito con cui si è concluso il *Master Show* nella giornata di domenica è stato senza dubbio positivo e ricco di buoni propositi per la prossima edizione, che porterà grandi novità e cambiamenti. Ma possiamo affermare con certezza che l'anno 2022 ha riportato un indiscusso successo. (G.A.)



CATEGORIE E VINCITORI

CLASSE STRIPPING

- Internazionale Libera: 1° classificato Fabrizi Martina
- Italiano Libera: 1° classificato Fabrizi Martina
- Internazionale Campioni: 1° classificato Bayet Alexandra
- Italiano Campioni: 1° classificato Bandini Francesca

CLASSE COMMERCIALE

- Internazionale: 1° classificato Széklt Zsolt
- Italiano: 1° classificato Falvo Fabio

CLASSE ALTRI PELI

- Internazionale Libera: 1° classificato Taddeo Carmine
- Italiano Libera: 1° classificato Taddeo Carmine
- Internazionale Campioni: 1° classificato Pascoli Alessandro
- Italiano Campioni: 1° classificato Pascoli Alessandro

CLASSE INTERMEDIA

- Internazionale: 1° classificato Ferruzzi Gaia
- Italiano: 1° classificato Ferruzzi Gaia

CLASSE MODEL DOG

- Internazionale: 1° classificato Robbiano Emanuela
- Italiano: 1° classificato Robbiano Emanuela

CLASSE SPANIEL E SETTER

- Internazionale Libera: 1° classificato Giordano Giorgia
- Italiano Libera: 1° classificato Giordano Giorgia
- Internazionale Campioni: 1° classificato Genova Sarah Odette
- Italiano Campioni: 1° classificato Genova Sarah Odette

CLASSE ASIAN STYLE

- Internazionale: 1° classificato Hober Szabolcs
- Italiano: 1° classificato Vichi Silvia

CLASSE DEBUTTANTI

- Internazionale: 1° classificato Zhu Shihao
- Italiano: 1° classificato Zhu Shihao
- Premio speciale: Nuzzi Francesco
- Premio speciale: Zuccolo Vanessa
- Premio speciale: Rolli Laura

CLASSE BARBONI TOY NANI MEDI

- Internazionale Libera: 1° classificato Rilova Tano Aliof
- Italiano Libera: 1° classificato Rilova Tano Aliof
- Internazionale Campioni: 1° classificato Luengo González Sonia

CLASSE BARBONI GIGANTI

- Internazionale Libera: 1° classificato Fratellini Daisy
- Italiano Libera: 1° classificato Fratellini Daisy
- Internazionale Campioni: 1° classificato Michel Eva
- Italiano Campioni: 1° classificato Taddeo Carmine

PREMIO SPECIALE TECNICA DI FORBICE: Briceno Emperatriz

PREMIO SPECIALE MIGLIOR RIFINITURA: Chirico Giovanni

PREMIO SPECIALE CLASSE INTERMEDIA: Dorota Kimla

PREMIO SPECIALE CHALLENGE: Volo Denis Eros

TROFEO "JO" OFFERTO DA BIAGIO CELLAMARE: Falvo Fabio

TROFEO CLAUDIO FRANCO: Melorio Claudio

PREMIO SPECIALE BEST TRASFORMAZIONE GUIDO BIDOGGIA:

Rzeszutek Tatiana

PREMIO SPECIALE GIAMPIERO PRESCIUTTI: Dale Micheline

PREMIO GRAN CORONA: Volo Eros Denis

BEST IN SHOW ITALIANO E INTERNAZIONALE: Martina Fabrizi



MODEL DOG: STRUMENTI PER IMPARARE

in collaborazione con Paola Acco

Negli ultimi anni il mondo della toelettatura ha visto affacciarsi e diffondersi questi graziosi "pupazzetti", che non solo danno la possibilità di esprimere la propria creatività ma possono rivelarsi un vero strumento didattico a tutti i livelli.

I model dog hanno origine in Cina, Thailandia e Corea, dove già venivano utilizzati nelle Grooming Academy parecchi anni fa. Sono composti da un manichino in plastica che va montato e da pelliccette di pelo sintetico intercambiabili di diverso colore e di diversa tessitura, a seconda della casa di fabbricazione. Una volta rivestito, il model va spazzolato con un cardatore e pettinato proprio come si usa fare con un cagnolino vero, per preparare il manto al taglio. Questo può rivelarsi molto utile per chi inizia un percorso di formazione nel mondo della toelettatura.



I primi model diffusi in Italia avevano una fibra che in poche mosse rovinava in modo irreparabile la lama delle forbici professionali, oggi invece la qualità è molto più alta e l'affilatura delle lame dura di

EMANUELA ROBBIANO
TOELETTATURA PEDIGROO'
cell. 3276138957
emanuelarobbiano@yahoo.it



più, anche se in ogni caso è consigliabile l'utilizzo di appositi strumenti per realizzare questo tipo di lavoro.



Principalmente esistono in commercio due tipi di model: quelli solo testa e quelli full body. Nel caso del modello poodle si può scegliere con il musetto più lungo per i tagli classici, oppure con il musetto corto e più compatto di corporatura per i tagli Asian style. Poi ci sono i bichon e le parti del corpo acquistabili separatamente come zampe e dorso, utili per chi volesse allenarsi nello specifico.

L'utilizzo dei model da parte dei neofiti è molto importante per imparare a impugnare le forbici e a regolarne l'inclinazione senza



far danni a cagnolini in carne ed ossa; inoltre dà la possibilità di sbaigliare e riprovare tante volte in qualsiasi momento. Nello specifico, sul model si possono iniziare a studiare le linee del barbone, che sono alla base della formazione di un toelettatore professionista, anche se l'utilizzo massimo, quello a cui si presta di più, è l'apprendimento della linea e delle teste Asian.

Consideriamo anche che nonostante il model stia fermo sul tavolo, cosa che non fanno quasi mai i nostri piccoli clienti, risulta più difficile tagliare il pelo sintetico rispetto al pelo reale di un cane e ciò costituisce un allenamento non trascurabile per la manualità di un toelettatore.



Spazio alla fantasia

Per quanto riguarda i lavori in creative grooming, quale sistema migliore per esprimersi (senza rischiare di far danni a cani veri) con colori, spray, colle, glitter, extension, nylon ecc. E ancora più apprezzabile se le decorazioni sono create artigianalmente da chi realizza il model ed entrano a far parte armoniosamente della figura del cagnolino artistico che si va a creare. Personalmente lo ritengo divertente, gratificante e spettacolare.

Con i model si possono realizzare anche i "pure bred", è possibile cioè trasformare la figura di partenza che assomiglia a un barboncino in un cagnolino di altra razza, per esempio uno schnauzer, un pomeranian, un beagle, un bobtail... a volte è necessario modificare un po' il manichino interno o cambiare occhi e naso per conferire l'espressività che la razza richiede.

Se questi "cagnolini" sono creati da un professionista dell'arte della toelettatura, la prima cosa che si dovrebbe notare, anche in un lavoro creativo, è la razza del cane, poi gli eventuali disegni o decorazioni. La parte artistico-creativa viene dopo, ma non è da trascurare. Ci deve essere sempre armonia di integrazione con la figura generale, dei colori e delle forme.

Per questo motivo si rivela fondamentale il progetto da cui parte il creative model dog, che oltre ad essere concepito mentalmente, deve essere disegnato e colorato per avere le idee chiare quando si andrà a realizzare il tutto (chi ama disegnare sarà senz'altro avvantaggiato). Personalmente penso che per qualsiasi lavoro di taglio il disegno sia di aiuto, anche nello studio delle linee, perché come ho sentito dire tante volte dai grandi maestri "se lo sai disegnare, allora lo sai fare".



EMANUELA ROBBIANO

Laureata in Storia presso l'Università di Genova, dopo aver lavorato come toelettatrice in diversi pet shop, gestisce dal 2008 la Toelettatura Pedigroo' a Sestri Ponente, Genova. Da sempre appassionata al mondo cinofilo e all'arte della toelettatura, ha frequentato numerosi corsi e stage di specializzazione su varie razze e tecniche finché nel 2017 ha deciso di focalizzare i suoi studi sull'Asian Style, uno stile di grande fantasia e creatività. Ha studiato in Italia e all'estero presso i più rinomati maestri e ha partecipato a gare ottenendo buoni risultati e apprezzamento della critica. Attualmente tiene corsi didattici utilizzando principalmente model dog.



UN NUOVO RUOLO

Il tuo cliente è un proprietario sempre più responsabile e attento alla salute, al ruolo sociale e alle esigenze del suo pet, tutti elementi di cui devi tenere conto quando entra nel tuo negozio

Rispetto ad alcuni anni fa oggi i pet sono membri a tutti gli effetti della famiglia, hanno libero accesso a tutti gli spazi della casa, i proprietari sono più consapevoli dei loro bisogni nutrizionali e scelgono prodotti in linea con le loro esigenze specifiche. Gli animali domestici hanno inoltre fatto nascere nuove professioni e opportunità di lavoro, e loro stessi sono impegnati in attività socialmente utili.

È la fotografia che emerge dal XV *Rapporto Assalco-Zoomark*, la pubblicazione annuale punto di riferimento per chiunque si occupi di animali d'affezione, che documenta l'evoluzione delle abitudini d'acquisto dei proprietari pet, la presenza e la crescente importanza degli animali da compagnia in Italia e l'evoluzione della veterinaria.

Il risultato della quindicesima edizione del *Rapporto Assalco-Zoomark* ha spinto a una riflessione più approfondita (con il contributo di BVA-DOXA) sul ruolo degli animali da compagnia nell'ambito della società italiana e delle famiglie, un'indagine che risulta molto utile per i negozianti e i pet shop. Se saprai cogliere le sfumature dello sviluppo del rapporto uomo - pet, sarai in grado di dare risposte per soddisfare le esigenze del tuo cliente.



ASSALCO
www.assalco.it

Più nutriti, più curati, più accettati

La presenza dei pet nelle case italiane è aumentata nel tempo, in particolare quella di gatti e cani. Nel 2021 Euromonitor ha stimato la presenza di 64,7 milioni di pet in Italia, di cui quasi 30 milioni di pesci, poco meno di 13 milioni di uccelli ornamentali, oltre 10 milioni di gatti, 8,7 milioni di cani, poco più di 3 milioni tra piccoli mammiferi e rettili.



quasi 30 milioni di pesci, poco meno di 13 milioni di uccelli ornamentali, oltre 10 milioni di gatti, 8,7 milioni di cani, poco più di 3 milioni tra piccoli mammiferi e rettili.

Rispetto al passato oggi gli animali domestici sono considerati come membri delle famiglie in cui vivono (lo afferma il 96% degli intervistati da BVA-DOXA),

vengono nutriti e curati meglio (90%), sono più accettati nei luoghi pubblici (83%) e hanno più spazio sui mezzi d'informazione (80%).

"In questi quindici anni gli italiani sono diventati più consapevoli dei benefici della convivenza con i pet, sia nella dimensione familiare sia in quella pubblica dove, sempre più, ne viene apprezzato l'impiego in attività terapeutiche o socialmente utili", ha commentato Gianmarco Ferrari, Presidente di Assalco. "La pandemia ha ulteriormente alimentato il processo che vedevamo in atto da tempo e oggi possiamo dire che gli animali d'affezione sono a tutti gli effetti membri della famiglia e della nostra società. È cresciuta di conseguenza la sensibilità delle istituzioni, con un percorso culminato all'inizio di quest'anno con l'inserimento della tutela degli animali tra i principi fondamentali della Costituzione italiana".

Stop agli avanzi della tavola, sì al tempo passato insieme

La ricerca, che evidenzia come i proprietari siano equamente rappresentativi in termini di distribuzione geografica ed età, rileva una maggiore presenza di animali d'affezione nelle famiglie



dove sono presenti bambini, acceleratori di adozione di pet. Il 42% delle persone intervistate da BVA-DOXA vive con uno o più animali da compagnia e tra queste il 9% ha adottato un pet negli ultimi due anni, ovvero nel periodo della pandemia Covid 19.

L'85% dei proprietari afferma che, rispetto ad alcuni

anni fa, oggi il pet partecipa a tutto quello che accade in famiglia, viene portato in vacanza o al ristorante, l'83% gli dedica più tempo, più gioco e più coccole e il 77% gli permette il libero accesso a tutti gli spazi della casa. Negli ultimi anni è cresciuta l'attenzione per l'alimentazione, l'87% dei proprietari è più consapevole dei bisogni nutrizionali dei pet e non improvvisa diete fai-da-te, l'88% sceglie prodotti in linea con le esigenze specifiche del proprio animale e il 73% ha smesso di dare gli avanzi della tavola. L'80% dichiara di acquistare più prodotti per l'igiene e la pulizia e il 69% concede ogni tanto dei regali al proprio pet acquistando snack, giochi o abbigliamento.

NEGLI ULTIMI 15 ANNI I PET SONO SEMPRE PIÙ:

→ MEMBRI A TUTTI GLI EFFETTI DELLA FAMIGLIA



Socialmente ed economicamente utili

Un elemento importante è l'accresciuta considerazione sociale per gli animali d'affezione: quasi 9 italiani su 10 sottolineano come in questi anni abbiano fatto nascere nuove professioni e opportunità di lavoro, sia nel campo dei servizi a loro dedicati (toelettatura, dog sitting, ecc.), sia della pet therapy. L'86% dei partecipanti all'indagine rileva come i pet siano oggi più frequentemente impiegati in attività socialmente utili, ad esempio a supporto delle forze dell'ordine o delle squadre di soccorso, e l'84% nota la maggior presenza in attività terapeutiche, nelle strutture mediche e sanitarie a fianco di persone disabili o con specifiche patologie.

L'indagine evidenzia anche quanto gli animali da compagnia siano oggi più tutelati dalla legge. Sono infatti maggiormente accettati nei posti pubblici e hanno più luoghi ad essi dedicati, sebbene per il 77% degli intervistati non sia ancora abbastanza. Ma non è solo il legislatore a dover

“dar da fare”: anche i proprietari - sebbene percepiti come più attenti ed educati rispetto a 15 anni fa - devono “lavorare” affinché la presenza dei pet in società sia rispettosa delle esigenze di tutti e del decoro urbano.

→ UTILI IN SOCIETÀ



→ CONSIDERATI DALLE ISTITUZIONI



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.



SERVIZIO STELLATO

Toelettatura, parafarmacia, asilo: un negozio che mette al centro il benessere, dove i clienti a due e quattro zampe si sentono delle vere e proprie star

Quanto è arduo e complesso scegliere il nome per il proprio pet shop: l'Italia è piena di negozi che si chiamano "La cuccia di...", "Quattro zampe e...", "Pet per...", e così via!

Due anni fa Claudio Lozito e Raffella Tricase, due ragazzi alle soglie dei 20 anni, hanno messo in moto la fantasia e contemporaneamente

hanno fatto un'ampia ricerca scoprendo che il nome che avevano inventato per la loro attività era unico in Italia (e forse in Europa).

Ecco quindi nascere *Star a 4 zampe*, un negozio con un'idea ben precisa di business: distinguersi dalla concorrenza facendo sentire e diventare chi lo frequenta una vera e propria star a quattro zampe. Come Rambo, mascotte adorata da tutti i clienti,

uno splendido gatto siamese salvato dalla strada e diventato ora un bellissimo gattone. Come accade per tante storie imprenditoriali del settore, è l'amore per gli animali il principale motore che porta alla nascita di *Star a 4 zampe* nel febbraio 2020 a Conversano, in provincia di Bari. Claudio e Raffella, fin da piccoli, si erano sempre presi cura degli animali di casa ma anche del loro quartiere e della loro città. Poi hanno aperto un piccolo negozio con toelettatura annessa e dopo un anno si sono trasferiti in una struttura molto più grande ampliando i loro servizi per creare uno spazio in cui mettere al centro il benessere degli animali. E il nome *Star a 4 zampe* ha proprio voluto indicare questo salto di qualità.

Un problema... la soluzione

In linea con la scelta di differenziare il negozio dalla concorrenza, *Star a 4 zampe* ha attivato un corner dedicato alla parafarma-



STAR A 4 ZAMPE
tel. 3515138224
stara4zampe@gmail.com



cia molto apprezzato dai clienti perché viene affiancato da un servizio di consulenza sull'utilizzo di integratori e parafarmaci ad uso veterinario, in modo che il proprietario pet possa essere guidato a trovare quello che occorre alle reali esigenze del proprio amico animale ("senza ovviamente sostituirsi al veterinario", aggiunge Claudio). Il cliente apprezza che questi prodotti siano assolutamente affidabili per la cura e il benessere del pet ma senza bisogno di ricetta medica. La consulenza offerta non si limita al consiglio in loco ma si estende anche online. La pagina Facebook del negozio infatti, oltre a promuovere le diverse attività, si propone proprio come spazio virtuale in cui il proprietario pet può trovare informazioni utili sulla convivenza con l'amico peloso, ad esem-



pio quali misure di sicurezza adottare con il caldo dell'infuocata estate appena passata oppure come fare attenzione alle piccole e pungenti spighe dei forasacchi durante le passeggiate in campagna. Tutto questo non può prescindere da una



marcata professionalità e un aggiornamento continuo: Claudio e Raffaella interpretano perfettamente la figura del toelettatore e del negoziante a cui il proprietario si rivolge principalmente per i problemi di salute dell'animale chiedendo aiuto e trovando una soluzione.

Come fidelizzare il cliente

"Abbiamo una clientela fidelizzata che sceglie *Star a 4 zampe* perché vuole la qualità del nostro servizio, la disponibilità, la cura e l'attenzione che dedichiamo alla scelta dei prodotti e servizi che proponiamo" spiega Claudio Lozito. "I nostri clienti a due e a quattro zampe sono sempre seguiti e coccolati dal nostro staff sia per quanto riguarda la toelettatura che nella scelta dei prodotti; possono sempre contare su di noi che ci teniamo costantemente aggiornati" aggiunge. "La toelettatura è uno dei servizi ai quali teniamo di più proprio perché rendiamo i nostri clienti delle vere *Star a 4 zampe*" spiega Raffaella Tricase. "In più, grazie alla toelettatura, ci occupiamo anche della loro estetica e del loro benessere". La toelettatura è focalizzata su trattamenti specifici per ogni tipologia di pelo e per le mute e utilizza solo prodotti 100% naturali e dermatologici, per offrire al cliente una garanzia in più. "Deve rappresentare un momento di relax e non di stress: nella nostra nuova sede abbiamo ampliato e innovato la strumentazione preoccupandoci anche di clienti "non convenzionali" come i trovatelli oppure gatti, conigli e furetti che, essendo molto sensibili, potrebbero spaventarsi". *Star a 4 zampe* utilizza attrezzature di ultima generazione più silenziose rispetto a quelle tradizionali (soprattutto per l'asciugatura), oltre a tavoli e vasche elettrici che rendono più semplice a cani anziani o con patologie osteoarticolari lo spostamento da una postazione all'altra.

No gabbie, sì comfort

Star a 4 zampe è anche asilo per cani e gatti h24, con spazi sia al coperto che all'aperto studiati nei minimi dettagli e igienizzabili al 100%. La parola d'ordine è "no gabbie": gli ospiti pelosi qui si sentono come a casa e sono liberi di muoversi negli spazi a loro dedicati, in più non sono mai soli, c'è sempre qualcuno dello staff ad occuparsi di loro durante la giornata con varie attività ludiche. Per la nana



ci sono delle suite dedicate e climatizzate con tutti i comfort di cui hanno bisogno.

La seconda parola d'ordine è "igiene e pulizia": il cliente è accolto in ambienti sempre igienizzati perché l'ordine e la pulizia stimolano tranquillità, sicurezza e fiducia e mostrano ancor di più la professionalità di chi lavora.

Progetti futuri?

"I nostri obiettivi futuri sono ben chiari" rispondono insieme i due titolari "e si possono riassumere in poche parole: costante aggiornamento sia dal punto di vista professionale che dal punto di vista commerciale per essere al passo con le novità e ampliare sempre di più la gamma di prodotti e servizi offerti al cliente".





ATTENZIONE ALLE MALATTIE DEI PESCI

Si torna alle normali attività ed è tempo di riempire le vasche da esposizione dopo il fermo estivo. È importante cominciare bene per tenere lontani i parassiti dallo stabulario ed evitare così problemi al cliente

VALERIO ZUPO

Prevenire è meglio che curare

Dopo il periodo estivo le vasche sono quasi vuote. Sono rimasti pochi poecilidi e qualche esemplare di varie specie, raccolto alla rinfusa nella vasca dei discus e in quella dei Characidi. Ma i clienti stanno per arrivare, pieni di aspettative, dopo le vacanze e non possiamo deluderli. Questo è anche il momento in cui dobbiamo evitare di trasportare in negozio pericolosi parassiti che ci potrebbero tenere impegnati tutto l'inverno. E siccome chi ben comincia... è a metà dell'opera, dobbiamo fare in modo di evitare l'ingresso di malattie in negozio. Questo ci fornirà anche una carta in più rispetto ai diretti concorrenti: far sapere in giro che nel negozio specializzato si vendono pesci sani permetterà di accrescere di molto la frequenza degli appassionati.

Cominciamo allora con la prevenzione ambientale: bisognerà rivedere le condizioni di ogni singola vasca per evitare che possano influire negativamente sui pesci sani da introdurre. Converrà re-installare tutti i filtri per evitare che detrito organico e inquinamento da composti azotati minino le condizioni di salute dei nuovi arrivi. In caso di dubbi e in presenza di vasche che avevano ospitato pesci ammalati prima delle vacanze estive, sarà opportuno effettuare una leggera disinfezione con ipoclorito (una dose minima di Amuchina, in assenza di pesci e invertebrati, seguita da



Una vasca da esposizione ben curata rappresenta una vera garanzia per il cliente





PRODAC®

Passionate about Fish



NUTRONFLORA

È una soluzione di concime NPK che favorisce lo sviluppo rigoglioso delle piante acquatiche.

NUTRONFERRO BIO

È un fertilizzante a base di tre tipi di ferro chelato, che favorisce lo sviluppo rigoglioso delle piante acquatiche e ripristina le foglie ingiallite.

NUTRONFLORA e NUTRONFERRO BIO sono i fertilizzanti di PRODAC completamente riformulati, più concentrati per una maggiore efficacia e sono ora in vendita con il nuovo packaging.

NUTRONFLORA e NUTRONFERRO BIO sono fertilizzanti regolarmente registrati.

www.prodac.it - info@prodac.it

Follow us:



abbondante risciacquo di vasca, filtro e accessori). Dopo tale disinfezione sarà necessario ovviamente ri-avviare il filtro con aggiunte di batteri nitrificanti e usare del carbone attivo per eliminare eventuali tracce di disinfettante prima di aggiungere i pesci. Al termine di queste operazioni le vasche dovranno tutte “brillare”, dimostrando così di essere l'ambiente ideale per ospitare i nuovi arrivi. Approfitteremo di questi momenti per lucidare le pareti anteriori, sostituire le lampade esaurite, riparare un coperchio danneggiato, ecc. Anche l'occhio vuole la sua parte e uno stabulario in perfette condizioni rappresenta una garanzia per l'utente, ispirando fiducia. Sistemato anche il lato estetico e avendo allestito le vasche in modo da non rappresentare un pericolo per i pesci da importare, passiamo ora alla profilassi, prima di recarci dal grossista.

Profilassi dei nuovi arrivi

A questo punto occorre ordinare i pesci ed effettuare manovre preventive. Sappiamo bene che i pesci di recente importazione possono trasportare dozzine di parassiti: virus, batteri, protozoi, metazoi... e altro. Tuttavia, considerando le aree di origine, le abitudini dei

principali allevatori e le debolezze fisiologiche delle principali specie commerciabili, sappiamo che un paio di parassitosi rappresentano il 90% dei problemi in negozio (problemi che vengono poi rapidamente trasferiti ai clienti): un paio di protozoi e alcuni metazoi. In particolare, soffermandoci sui pesci d'acqua dolce, Ichthyo e vermi della pelle o delle branchie (come *Gyrodactylus* e *Dactylogyrus*, rispettivamente) rappresentano davvero il grosso del problema. Con questo non vogliamo certo affermare che *Pleistophora*, *Oodinium* e micosi non siano un grattacapo, tuttavia le tecnologie di allevamento si sono evolute e le micosi non rappresentano più un problema così frequente. Certamente alcuni batteri continuano a produrre mortale corrosione delle pinne in alcune specie di recente importazione. Quando sostenute da batteri comuni come *Aeromonas* o *Vibrio*, tuttavia, queste malattie non costituiscono una difficoltà seria, anzi potranno guarire da sole, una volta che i pesci saranno stati introdotti nelle vasche rimesse a nuovo (assenza di composti inquinanti), magari aiutate dall'aggiunta di qualche goccia di acqua ossigenata. Solo in alcuni casi condurranno a perdite, ma qui vogliamo affrontare solo i casi più frequenti. Dunque concentriamoci su quel 90% dei possibili problemi.

La prima norma da rispettare è di non ordinare e inserire tutti insieme i pesci nelle vasche. Anche se ci riforniamo presso un grossista molto affidabile, è statisticamente dimostrato che un 10-15% delle specie distribuite può trasportare parassiti, magari non ancora in modo sintomatico. Perché allora rischiare? Conviene ordinare i pesci in base alle malattie che caratterizzano le diverse specie, in modo da poterle affrontare con calma: *dividi et impera*, dicevano i romani! Ad esempio un primo ordine potrebbe contenere poecilidi, characidi, anabantidi, varie specie di pulitori e pesci di piccola taglia. Un secondo ordine potrebbe prevedere ciclidi e altri pesci di taglia media, da sistemare in vasche individuali. Così facendo, ordinando senza fretta (magari iniziando per



Ichthyo, la tipica malattia dei punti bianchi sul corpo e sulle pinne di un pesce appena importato

La prima norma da rispettare è di non ordinare e inserire tutti insieme i pesci nelle vasche. Anche se ci riforniamo presso un grossista molto affidabile, è statisticamente dimostrato che un 10-15% delle specie distribuite può trasportare parassiti, magari non ancora in modo sintomatico



tempo) eviteremo di diffondere malattie tra specie diverse. Inoltre, conoscendo le patologie che più frequentemente colpiscono ogni specie, potremo iniziare subito la profilassi mediante medicinali naturali.

Problemi classici, soluzioni moderne

A questo proposito dobbiamo considerare che esistono varie possibilità in commercio, anche se sono scarsamente pubblicizzate e quindi poco note a molti operatori del settore. Ovviamente esistono prodotti specifici che il negoziante conosce molto bene e che potranno servire sia per la prevenzione, sia per la cura delle principali parassitosi dei pesci. Purtroppo molti di questi prodotti sono vietati nel nostro paese (in genere



Spesso i ciclidi giungono in negozio già infestati da vermi della pelle e delle branchie

gli esperti li procurano mediante ordini on line) a causa di una legislazione complessa che rende l'approvazione dei terapeutici per pesci molto simile a quella dei medicinali per uso umano. I pochi prodotti approvati in Italia hanno subito un iter molto lungo e costoso, per cui sono davvero molto affidabili ed efficaci, ma hanno anche costi elevati, tali da renderne l'uso anti-economico per un negozio di acquari (e spesso anche per un privato). Tuttavia esistono in commercio varie soluzioni di origine naturale che per fortuna non necessitano di approvazione, perché basate su estratti di erbe. Molte sono davvero efficaci per prevenire e curare le principali malattie dei pesci d'acquario. Ad esempio, *Gill Fish* (APA-CT) è un prodotto italiano, profumato, che riesce a eradicare efficacemente molti metazoi e permette di prevenire e curare varie malattie da protozoi, batteri e funghi. Trattandosi di un mix incolore, può essere aggiunto alle vasche da esposizione senza creare panico negli acquirenti e in poco tempo riesce a far staccare i vermi della pelle e delle branchie dal corpo dei pesci, e in alcuni giorni uccide Ichthyo, eliminando tutti i tomiti natanti. Tenere una confezione ad uso professionale in negozio (costa meno ed è più concentrata) permette di offrire pesci sani senza spendere troppo, garantendo al contempo l'estetica dello stabulario.

È bene cominciare dalla prevenzione ambientale: bisognerà rivedere le condizioni di ogni singola vasca per evitare che possano influire negativamente sui pesci sani da introdurre

Le operazioni descritte, eseguite nell'ordine, e la profilassi mediante prodotti basati su estratti vegetali (e in casi estremi su prodotti terapeutici specifici), potranno permettere di iniziare il nuovo anno commerciale con successo, riducendo il rischio di perdite di materiale vivo e assicurando successi al cliente. Sugeriamo di prendere in considerazione con molta serietà questo argomento, perché è ora di amplificare le potenzialità di mercato degli acquari domestici. Bisogna agire ora!





DA UNA VASCA ALL'ALTRA: ACCLIMATARE I PESCI - I PARTE

Raccolti in natura o riprodotti nei grandi allevamenti, i pesci da acquario "viaggiano" spesso a lungo prima di trasferirsi nelle vasche dei negozianti...

ALESSANDRO MANCINI

Un lungo viaggio

Con rare eccezioni, per lo più costituite da pesci riprodotti dagli acquariofili o provenienti dai non molti allevamenti professionali italiani o europei, la gran parte dei pesci tropicali marini e d'acqua dolce che arriva nei negozi di acquari vi giunge dopo un lungo viaggio aereo dai tropici (Asia, Sud America e Africa: 48-72 ore!) o, se va bene, da altri Paesi europei dove operano a loro volta dei grossisti importatori/esportatori che hanno provveduto in precedenza ad importare i pesci direttamente dai luoghi d'origine. Ricevuto l'ordine dal cliente, l'esportatore scrupoloso (che di solito è un broker, cioè si serve a sua volta di una rete di piccoli allevatori/raccoglitori), trasmette le richieste ai propri fornitori (se già non dispone dei pesci nella propria struttura, spesso è lui stesso un allevatore specializzato in una o più specie), mettendo a digiuno i pesci un paio di giorni prima della spedizione, precauzione importante perché riduce di molto i rischi di inquinamento dell'acqua di spedizione con le feci che gli animali producono durante il viaggio. Nel frattempo prenota lo spazio aereo per la spedizione e avvisa il cliente comunicando numero di volo e di spedizione. Il giorno della partenza i pesci vengono pescati e inseriti individualmente (marini, dolce di grossa taglia o soggetti molto aggressivi) o in gruppi più o meno numerosi (dolce) in sacchetti di polietene trasparente riempiti con 1/3 di acqua e 2/3 di ossigeno puro, che soddisferà il fabbisogno di respirazione del pesce fino a 48 ore e perfino oltre.



Controllo qualità di un allevatore di pecilidi (Malaysia)

numero di volo e di spedizione. Il giorno della partenza i pesci vengono pescati e inseriti individualmente (marini, dolce di grossa taglia o soggetti molto aggressivi) o in gruppi più o meno numerosi (dolce) in sacchetti di polietene trasparente riempiti con 1/3 di acqua e 2/3 di ossigeno puro, che soddisferà il fabbisogno di respirazione del pesce fino a 48 ore e perfino oltre.

Ossigeno: mai troppo

Molti credono che l'ossigeno puro possa essere dannoso per i pesci. In realtà



un'aria sovrassatura di ossigeno non sembra avere effetti negativi perché i pesci sono in grado di regolare il volume di O_2 che penetra nel loro organismo: ad esempio, la trota ha un limite di 35 mg/l di ossigeno disciolto in acqua ma si tratta di un limite puramente teorico, essendo di fatto impossibile da raggiungere nella pratica. Sappiamo che il consumo di ossigeno è più elevato nei primi 15 minuti che seguono la cattura e l'introduzione nel sacchetto, a causa dell'agitazione dell'animale, comprensibilmente spaventato. Secondo alcuni, il comune sale grosso da cucina, in dosi di 1-3 g/l fino a 5 g/l per le specie più robuste ed eurialine, tenderebbe a diminuire (influenzando sullo ione sodio) la formazione di muco da parte del pesce che, di conseguenza, inquinerebbe meno l'acqua in cui viene trasportato. Le famose "pasticche di ossigeno" (perossidissolfato $K_2S_2O_8$ o $Na_2S_2O_8$), in passato spesso consigliate per i lunghi viaggi, sembrano invece di fatto scarsamente efficaci. I sacchetti vengono poi impilati con cura nelle casse da imballaggio, di solito realizzate in polistirolo molto spesso e rivestite ulteriormente di cartone per assicurare il più efficace isolamento termico. L'eventuale inserimento di "scaldini" all'interno della cassa contribuirà a stabilizzare la temperatura, che - intorno ai 25-28 °C alla partenza - non dovrà scendere sotto i 20-22 °C neppure durante i più freddi mesi invernali.



I sacchetti sono riempiti con 1/3 di acqua e 2/3 di ossigeno puro, che soddisferà il fabbisogno di respirazione del pesce fino a 48 ore e perfino oltre

Un aiutino prezioso

Normalmente il pesce "viaggia" solo con acqua e aria/ossigeno, senza ulteriori additivi. Può accadere però che si renda necessaria - o semplicemente utile - l'aggiunta di sostanze che agevolino il trasporto, a tutto vantaggio della salute dei nostri beniamini. La zeolite (in particolare la clinoptinolite) è sempre più utilizzata come additivo per il trasporto dei pesci: inserendone piccole quantità (bastano 15 g/l) nei sacchetti di plastica che li contengono, la concentrazione di ammoniaca - che inevitabilmente tenderebbe a salire - viene mantenuta a livelli tali da consentire la sopravvivenza degli esemplari trasportati. Inoltre questa sostanza ad azione chimico-adsorbente si è rivelata preziosa per il trasporto di soggetti che tendono a rilasciare in acqua tossine letali se stressati o spaventati, al punto da auto-intossicarsi nel sacchetto e giungere purtroppo morti a destinazione: *Corydoras* selvatici e diversi pesci marini (*Grammistes sexlineatus*, *Ostraciidae spp.*) dovrebbero essere sempre trasportati con un po' di zeolite sul fondo del sacchetto. (Continua)

È importante che i pesci siano trasportati a digiuno, per ridurre al minimo l'inquinamento dell'acqua durante il trasporto



È sempre consigliabile disporre di un locale-quarantena chiuso al pubblico, se si pratica importazione diretta





I VALORI DELL'ACQUA E COME CORREGGERLI

Nello stagno in giardino la situazione non è sotto il totale controllo dell'appassionato. Temperatura esterna ed eventi atmosferici hanno grande influenza, ma qualche intervento è pur sempre possibile

LUCIANO DI TIZIO

Mi perdonino gli appassionati di filosofia se questa volta scomodo nientemeno Platone, uno dei principali maestri del pensiero occidentale, per rispondere a un lettore che sollecita una presa di posizione: "Scrivete chiaramente e una volta per tutte" - chiede - "quali sono i valori ideali dell'acqua per un laghetto perfetto". Qui, appunto, entra in gioco il pensiero di Platone, che sosteneva l'esistenza di una doppia realtà: un mondo delle idee, perfette e immutabili, e un mondo sensibile che a queste idee si ispira, per così dire le copia, ma senza poterne mai raggiungere l'idilliaca perfezione. La situazione è proprio questa: il mondo nel quale viviamo è caratterizzato dal continuo divenire delle cose per cui i valori ideali, persino per l'acqua del laghetto, rappresentano soltanto

un'indicazione che può ispirarci, ma non possono rappresentare in alcun modo una norma assoluta. Bisogna adattarsi, insomma, alle mutevoli condizioni della realtà quotidiana, cercando di dare sempre la risposta migliore ai problemi che di volta in volta si presentano.

I cosiddetti "valori ideali" di cui parliamo in questo articolo (e che si possono trovare, spesso in forma di tabella, anche in diverse brochure pubblicitarie prodotte da ditte del settore e destinate agli appassionati) vanno dunque considerati non come livelli da raggiungere a ogni costo, ma semplicemente come parametri consigliati, stabiliti sulla base di consolidate esperienze e in linea di massima adatti alla gran



Un potente getto d'acqua, in azione soprattutto nelle ore notturne, aiuterà ad abbassare di qualche grado la temperatura



parte delle piante e dei pesci ospitati. La qualità dell'acqua nel laghetto dipende del resto anche da una serie di fattori che non possiamo in alcun modo controllare, come la temperatura esterna o l'afflusso a volte davvero notevole di acqua piovana, oppure ancora il materiale di vario genere, non sempre naturale, portato dal vento... Qualcosa tuttavia possiamo fare per migliorare la situazione a vantaggio della flora e della fauna che ospitiamo. Vediamo allora, a gruppi, quali dovrebbero essere questi valori "ideali" e come cercare di ottenerli a dispetto delle difficoltà che possono presentarsi.

Temperatura e ossigeno

Piante e pesci che ospitiamo nei laghetti in Italia sono di norma specie da clima temperato, per cui d'inverno, tranne che in situazioni eccezionalmente estreme (oppure negli invasi di fortuna realizzati in mini-contenitori), non avremo particolari problemi. In estate invece, quando la colonnina di mercurio del termometro va oltre i 25 °C, qualche difficoltà si può presentare. Ombreggiare del tutto o in parte lo stagno con un ombrellone potrà aiutarci, ma ancora di più otterremo inserendo un gioco d'acqua, possibilmente con uno spruzzo potente, da far funzionare in particolare nelle ore notturne, quando la temperatura esterna è più bassa. La stessa



Una ricca vegetazione dà un fondamentale aiuto per migliorare la qualità dell'acqua

"cura" (in questo caso movimentando adeguatamente la superficie anche di giorno) si può utilizzare in caso di carenza di ossigeno disciolto: i valori "giusti" sono quelli al di sopra dei 4mg/l. In casi d'emergenza si può intervenire anche con prodotti chimici ad hoc che liberano in tempi rapidissimi ossigeno nell'acqua (disponibili nei listini di molte ditte del settore). Attenzione, però: il bravo negoziante dovrà anche studiare le cause della carenza e intervenire per rimuoverle. A parte l'eccesso di temperatura (del quale abbiamo appena detto) la carenza di ossigeno può nascere soltanto da una cattiva gestione: scarsa vegetazione, eccessivo numero di pesci, sostanze inquinanti nell'acqua etc.

Durezza e pH

Breve riassunto per rinfrescare la memoria: l'acqua può essere dura o tenera in base al contenuto totale di ioni di calcio e di magnesio disciolti, oltre che di eventuali metalli pesanti. Come ogni

PERCHÉ MISURARE?

Conoscere l'ambiente nel quale i nostri pesci vivono è fondamentale per il loro benessere. Per questo la misurazione periodica dei valori dell'acqua, almeno una volta ogni 10/15 giorni, più spesso in presenza di problemi, è una necessità e non un optional.



altra soluzione, l'acqua può essere inoltre più o meno acida o basica. Esistono diverse durezza: quella "totale" (GH) è data dalla somma della durezza "carbonatica" o "temporanea" (KH), che esprime il quantitativo di carbonati idrogeno (o bicarbonati) presenti nell'acqua, più la durezza "permanente" o "non carbonatica" che indica invece la quantità di anioni diversi dai bicarbonati che rimangono in soluzione dopo una prolungata ebollizione. Il valore pH misura invece l'acidità dell'acqua. Per convenzione si è stabilito che 7 rappresenta il valore neutro della scala.



Livelli inferiori indicano che un'acqua è acida, superiori che è invece basica o alcalina. Spostandoci, in alto o in basso, verso gli estremi della scala avremmo valori inadatti alla sopravvivenza degli organismi acquatici. Nel nostro laghetto saremo tranquilli con pH tra 6 e 8, GH tra 6 e 16 °d, KH tra 5 e 10 °d. Va precisato che "d" indica i gradi tedeschi, quelli che si sono affermati in acquariofilia nella misurazione della durezza (in altri settori si usano i gradi francesi "F"), e che la durezza permanente non si misura direttamente ma si ricava con una semplice sottrazione: $GH - KH = \text{durezza non carbonatica}$. Se dobbiamo far fronte a valori troppo alti di durezza possiamo operare un cambio parziale con acqua tenera; nell'ipotesi contraria (valori da innalzare) useremo acqua dura. Stesso discorso con acidità e alcalinità. In tutti questi casi l'impiego di prodotti ad hoc per correggere durezza e acidità (ricordiamoci si scegliere confezioni studiate per il laghetto) ci faciliterà il compito. Attenzione, però: ricordiamoci che se valori di durezza anche un po' diversi da quelli qui indicati come "ideali" potranno essere tollerati senza problemi, soprattutto se per un periodo limitato di tempo, sul pH occorre mantenere invece una più vigile attenzione. Questo valore, infatti, non indica direttamente la concentrazione di acidi ma viene determinato con un calcolo matematico (logaritmo), il che vuol dire che il cambiamento di una unità corrisponde a una decuplicazione, in più o in meno, della presenza di acidi o basi. Al di sotto di 6 o al di sopra di 8 si deve insomma senz'altro intervenire, e anche abbastanza presto.

I cosiddetti "valori ideali" dell'acqua vanno sempre considerati non come livelli da raggiungere a ogni costo, ma semplicemente come parametri consigliati, stabiliti sulla base di consolidate esperienze e in linea di massima adatti alla gran parte delle piante e dei pesci ospitati

EFFETTO TAMPONE

La durezza carbonatica ha un importante "effetto tampone". Detto in maniera semplice: i bicarbonati reagiscono con gli acidi che si determinano durante la decomposizione biologica dei composti azotati formando acqua e anidride carbonica. In tal modo gli acidi vengono eliminati e si impedisce l'abbassamento del pH a livelli pericolosi per gli organismi acquatici.



Ammonio/ammoniaca, nitriti e nitrati

Nel laghetto i composti organici (alghe e foglie morte, avanzi di mangime, urina e feci dei pesci) vengono trasformati dai batteri e da altri microrganismi presenti nell'acqua in quello che viene normalmente definito il "ciclo dell'azoto". Una trasformazione che avviene comunque, anche in stagni senza impianti di depurazione, ma che è più rapida ed efficiente in presenza di un filtro ben funzionante. E che procede per gradi successivi. Le sostanze organiche e azotate vengono dapprima trasformate con pH inferiore a 8 in ammonio (NH_4) o, quando il valore pH è superiore a 8, nella pericolosissima ammoniaca (NH_3); quindi in nitriti (NO_2) e infine in nitrati (NO_3). Valore ideale per ammonio/ammoniaca e per nitriti è zero, nel senso che non dovrebbero essere mai presenti nell'acqua. La tolleranza è davvero minima: ammonio e ammoniaca non dovrebbero mai neppure sfiorare i 5 mg/l; i nitriti indicano uno stato di allarme (acqua inquinata) già da 0,3 mg/l e devono davvero preoccuparci (acqua molto inquinata) da 0,9 mg/l in su. Se siamo su questi livelli, o anche peggio, dobbiamo intervenire con cambi parziali dell'acqua, verifica del buon funzionamento del filtro, riduzione del numero dei pesci presenti nell'invaso e delle quantità di cibo abitualmente fornite, aumento del numero delle piante. Si possono ovviamente impiegare prodotti specifici per il controllo dei nitriti e biocondizionatori per migliorare la qualità dell'acqua. Se a essere troppo alto è il valore dell'ammoniaca sarà indispensabile, accanto al cambio parziale, abbassare chimicamente il valore pH. Meno drammatica è la presenza dei nitrati (NO_3), risultato finale del ciclo, poco tossici per gli organismi acquatici. Non possono essere ulteriormente degradati e si accumulano inevitabilmente nel laghetto così come in acquario. Sino a 40 mg/l potremo limitarci a tenerli sotto controllo con gli abituali e periodici cambi parziali dell'acqua. Oltre, e in particolare se si supera o ci si avvicina troppo a quota 100 mg/l, sarà necessario intensificare i cambi, nella frequenza e nella quantità, ridurre l'alimentazione e aumentare il numero delle piante.

Piante e pesci che ospitiamo nei laghetti italiani sono di norma specie da clima temperato, per cui d'inverno, tranne che in situazioni eccezionalmente estreme, non avremo particolari problemi. In estate invece, qualche difficoltà si potrebbe presentare

Cloro e fosfati

Il cloro (Cl), abbondantemente utilizzato come disinfettante nei nostri acquedotti, è pericoloso per i pesci già a concentrazioni di 0,02 mg/l. Fortunatamente si dissocia facilmente dall'acqua, per cui sarà sufficiente creare un adeguato movimento e aspettare, sia in occasione del primo allestimento, sia quando di devono predisporre i cambi parziali. Dei fosfati (PO_4) ci siamo recentemente occupati (vedi *Zampotta Pet Business* marzo 2022, pp. 106-109) perché, insieme ai nitrati in eccesso, favoriscono la proliferazione delle alghe, e sono comunque un segnale di cattiva qualità dell'acqua se presenti in percentuali vicine o superiori a 1 mg/l. Gli interventi emergenziali sono quelli consueti: contrasto chimico con prodotti specifici in parallelo a un sostanzioso cambio parziale dell'acqua, anche del 30% o più se la situazione è degenerata, e insieme il ripristino delle condizioni ottimali attraverso una più ricca piantumazione, un'alimentazione controllata e mai eccessiva e, eventualmente, la riduzione del numero dei pesci ospitati. Perché anche con i valori dell'acqua, come per quasi ogni altra cosa, e non soltanto nel laghetto in giardino, prevenire è meglio che curare!

Nel laghetto i composti organici vengono trasformati dai batteri e da altri microrganismi presenti nell'acqua in quello che viene normalmente definito il "ciclo dell'azoto". Una trasformazione che avviene comunque, anche in stagni senza impianti di depurazione, ma che è più rapida ed efficiente in presenza di un filtro ben funzionante





LA COCCIDIOSI

Si tratta di un'importante malattia parassitaria del cane e del gatto che può causare ritardo nell'accrescimento, dimagrimento, diarrea e, nei casi più gravi, conseguenze ben peggiori. Scopriamola insieme...

LINDA SARTINI

Tra le tante parassitosi dell'apparato gastroenterico del cane e del gatto la coccidiosi rappresenta sicuramente un capitolo molto importante poiché, se non trattata adeguatamente e nei tempi giusti, può diventare un grosso, anzi grossissimo problema sia per il proprietario che per il negoziante. Scopriamo questa importante malattia attraverso poche e semplici domande ponendo l'attenzione soprattutto sulla trasmissione e sulla prevenzione.

Cos'è la coccidiosi

La coccidiosi, lo abbiamo accennato in precedenza, è una malattia parassitaria sostenuta da protozoi, microrganismi unicellulari, che colpisce tantissimi animali da compagnia e non, dal cane al gatto, dal coniglio ai ruminanti, dai volatili ai rettili. È però necessario precisare che è altamente specie specifica, ciò significa che i coccidi del cane non possono infettare altri animali, così come il gatto ha i propri e via dicendo: dunque la coccidiosi del cane e del gatto non rappresenta alcun pericolo per la salute umana. Nel cane le specie di coccidi più comuni sono *Isospora* (o *Cystoisospora*) *canis* e *I. ohioensis* mentre nel gatto quelle più frequenti sono *I. felis* e *I. rivolta*.

Come si trasmette?

Questi protozoi vivono e si riproducono all'interno delle cellule della mucosa dell'intestino dell'ospite. Al termine del loro ciclo riproduttivo vengono generate delle oocisti (una sorta di microscopiche uova molto resistenti), successivamente espulse nell'ambiente esterno attraverso le feci. Le oocisti, al momento dell'emissione, sono immature e non infettanti e necessitano di alcuni giorni e condizioni di temperatura e umidità favorevoli per potersi sviluppare e diventare contagiose. Una volta ingerite, liberano gli elementi parassitari contenuti al loro interno i quali, raggiunto l'intestino e gli enterociti, daranno luogo a nuovi cicli riproduttivi. Ma come vengono ingerite le oocisti? Semplice, essendo presenti all'interno delle feci possono essere assunte direttamente attraverso la coprofagia oppure contaminare il pelo, l'acqua o l'alimento

La coccidiosi è una malattia parassitaria sostenuta da protozoi, microrganismi unicellulari, che colpisce tantissimi animali da compagnia e non



e quindi essere ingerite durante la to-elettatura, l'abbeverata, il pasto o per leccamento di superfici contaminate da residui fecali. Pertanto la via di trasmissione più comune è la presenza di feci (o residui) lasciate da soggetti infetti all'interno del ricovero oppure durante la passeggiata, se il cane ha l'abitudine di "assaggiare" quello che gli altri pet lasciano in giro.

Quali sono i segni clinici?

I coccidi penetrano negli enterociti, cellule che rivestono i villi intestinali, e al loro interno si moltiplicano. Terminato questo processo, i nuovi elementi parassitari rompono la cellula per andare a colonizzare altri enterociti e ripetere il ciclo riproduttivo. Di conseguenza, maggiore è il numero di coccidi e la durata dell'infezione nell'animale, maggiore sarà il numero delle cellule intestinali distrutte e l'estensione del danno. La coccidiosi rappresenta un problema a tutte le età ma i giovani soggetti sono quelli che sicuramente pagano di più le conseguenze dell'infezione. I segni clinici generalmente associati alla coccidiosi sono diarrea, a volte con sangue, debolezza, disidratazione, ritardo nell'accrescimento e dimagrimento.

Come si cura?

Se trascurata, la coccidiosi può causare danni anche molto gravi, addirittura fino alla morte dell'animale ma fortunatamente è una patologia che si può curare. In presenza di segni clinici sospetti, il pet deve essere immediatamente condotto a visita dal veterinario il quale, tra le altre cose, procederà a eseguire un esame microscopico delle feci grazie al quale potrà formulare una diagnosi certa, dal momento che i sintomi descritti non sono specifici ma molto generici e comuni ad altre patologie, quindi non sufficienti per dare una conferma immediata. Le oocisti dei coccidi non sono visibili a occhio nudo e spesso la loro eliminazione con le feci è intermittente, motivo per il quale potrebbe essere necessario più di un campione (prelevato in giorni e orari differenti) per una diagnosi certa. Una volta accertata la causa, il veterinario curante provvederà a prescrivere una terapia per bocca indispensabile per eliminare il parassita



Oociste di coccidio ingrandita 400 volte

Se trascurata, la coccidiosi può causare danni anche molto gravi, addirittura fino alla morte dell'animale ma fortunatamente è una patologia che si può curare



I giovani soggetti sono quelli che sicuramente pagano di più le conseguenze dell'infezione





e restituire la salute al paziente. Per una buona riuscita della terapia è però necessario intervenire in fretta, poiché maggiore è l'estensione del danno alla mucosa intestinale, minori sono le probabilità di riuscita della terapia.

Come prevenirla e tutelarsi?

La coccidiosi è una patologia piuttosto frequente nei canili e negli allevamenti, soprattutto in condizioni di sovraffollamento e di scarse condizioni igieniche. Il pet shop che ospita cani acquistati presso gli allevamenti dovrebbe prima di tutto assicurarsi la partnership con professionisti in grado di fornire adeguate garanzie da un punto di vista igienico-sanitario. Al momento dell'acquisizione dei cuccioli, la cosa migliore sarebbe farli visitare da un medico veterinario e far eseguire un esame copro-microscopico per verificare l'assenza dei coccidi e di altri endoparassiti oppure richiedere al fornitore una certificazione sanitaria, anche per evitare il rischio di vendere un animale ancora asintomatico ma infetto che potrebbe poi avere problemi nel post-vendita. Laddove possibile sarebbe meglio evitare di mischiare tra loro all'interno di uno stesso ricovero cuccioli di diverse provenienze per impedire il contagio. L'igiene è fondamentale: dal momento che le oocisti di coccidi necessitano di alcuni giorni per sporulare e divenire infettanti, la pulizia quotidiana dei ricoveri, ivi compresa l'accurata rimozione meccanica di qualunque residuo fecale, e l'asportazione immediata delle feci dopo la defecazione onde evitare che i cani vi restino a contatto e si imbrattino il pelo o le zampe, può abbattere notevolmente il rischio di trasmissione di coccidi o di altri parassiti gastrointestinali (ad es. elminti). In caso di comparsa di diarrea o altri segni clinici bisogna immediatamente rivolgersi al veterinario per gli accertamenti del caso, iniziare quanto prima la terapia da lui prescritta, isolare il cucciolo positivo per la durata del trattamento, pulire bene e disinfettare tutte le superfici con le quali sia venuto in contatto e, se indicato dal veterinario, trattare eventualmente anche gli altri soggetti conviventi.

Se il tuo pet shop ospita cani acquistati presso allevamenti dovresti prima di tutto assicurarti la partnership con professionisti in grado di fornire adeguate garanzie da un punto di vista igienico-sanitario





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 si può vedere se un cane ha le pulci?

Sì, su un cane a pelo corto è più facile notare questi piccoli insetti dal corpo lungo al massimo 4 mm e di colore marrone muoversi velocemente. Su un soggetto a pelo lungo l'impresa è più difficile, ma non impossibile. A parte il fatto che in alcuni casi il cane può manifestare l'infestazione



con un continuo grattamento, in caso di allergia da morso di pulce. Più che le pulci stesse, spesso si possono vedere le loro tracce: osservando il cane alla base della coda e sul collo, oppure spazzolandolo, è possibile notare dei granellini neri che, bagnati, si sciolgono lasciando una macchia rossa. In effetti questi granellini sono costituiti da sangue che il parassita ha digerito e poi espulso come feci. La loro presenza è un segnale d'allarme: bisogna procedere con un'opportuna disinfezione con prodotti

idonei, perché se è vero che la pulce non porta gravi malattie, un'eccessiva infestazione può provocare anemia. Inoltre questo insetto può essere ospite intermedio di un particolare tipo di tenia (*dipylidium caninum*).

È vero che talvolta i cani strofinano il sedere per terra?

Nel cane, ai lati dell'apertura anale, sono presenti delle ghiandole paranasali in grado di liberare fe-



romoni, sostanze chimiche che hanno proprietà di stimolo per risposte comportamentali (comunicare disponibilità sessuale, delimitare il territorio, inviare segnali di aggregazione, di difesa o di intimidazione). Le ghiandole sono soggette a un naturale svuotamento durante la defecazione o in conseguenza a condizioni di paura o nervosismo. Quando però lo svuotamento diventa irregolare, insorge un'infiammazione delle ghiandole paranasali, con il ristagno del secreto e, nei casi più seri, la formazione di ascessi e fistole. L'animale prova dolore nella defecazione, strofina l'ano per terra e si lecca con insistenza. L'intervento ideale consiste nello svuotamento delle sacche per compressione manuale, applicando pomate antisettiche o antibiotiche. Se gli ascessi si formano con regolarità, lo svuotamento manuale non è più sufficiente e occorre procedere all'asportazione chirurgica delle sacche anali.



È vero che il cane può comunicare con le orecchie e con la coda?

Sì, le orecchie, così come la coda, sono considerate importanti strumenti di comunicazione non verbale. Il cane mantiene le orecchie ben erette, ad esempio, quando è in attenzione, oppure per manifestare la sua dominanza, mentre le orecchie appiattite contro la testa sono il chiaro segno di un soggetto che ha paura, di un cane a riposo o anche di un cane rilassato mentre viene accarezzato dal padrone. Analogamente la coda è un importante segnale per controllare la condizione

psicologica dell'animale (tanto è vero che quasi tutti gli standard di razza prevedono due portamenti della coda, uno a riposo e uno in attenzione). Nel caso di un cane impaurito e sottomesso la coda è portata bassa o addirittura tra le zampe, nel caso di un cane dominante è invece portata ben alta.

Oggi vige il divieto di tagliare coda e orecchie: un bene, anche perché rende più facile comprendere quanto l'animale vuole comunicare.

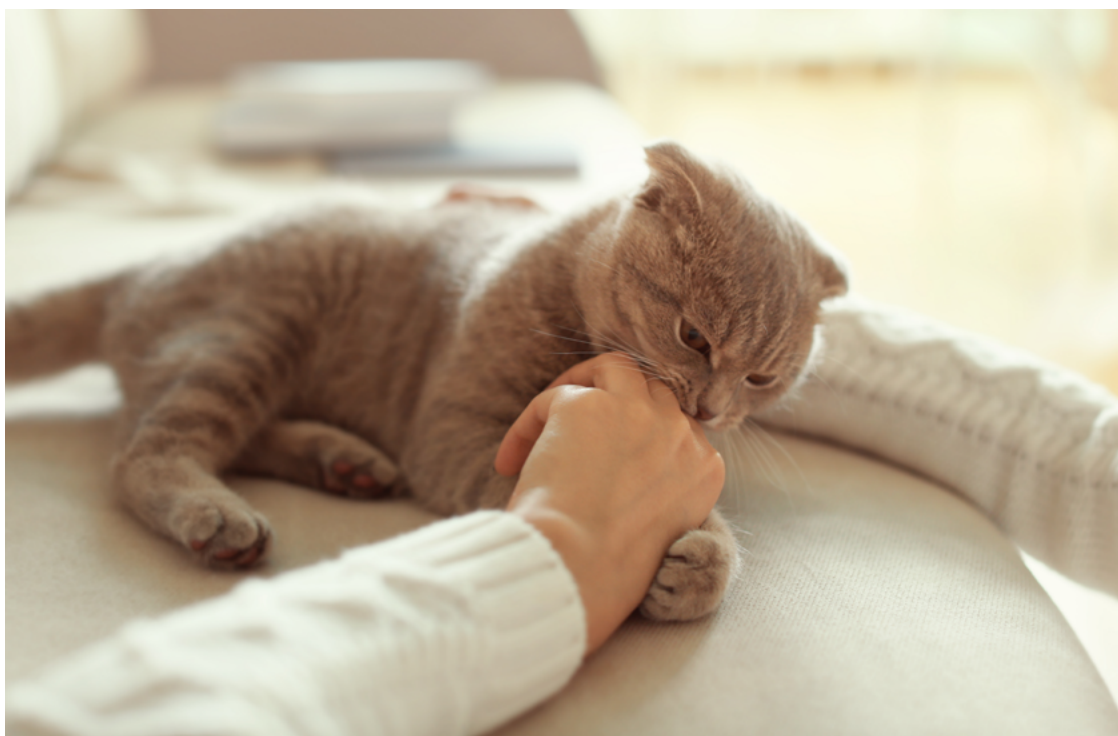
È vero che si può insegnare al cane a non tirare al guinzaglio?

Sì, con costanza e pazienza ci si può riuscire. Alla base di questo comportamento, purtroppo, c'è sempre qualche abitudine sbagliata del proprietario: mettere al cane un collare a strangolo o a strozzo sperando che tiri meno, affrettare il passo per stargli dietro, dare strattoni al guinzaglio. È fondamentale, invece, convincersi che se il cane tira non va seguito perché in questo modo si rinforza solo la sua convinzione che facendolo arriva sempre dove vuole, perciò andrà rinforzato (con complimenti o bocconcini) il corretto comportamento, quello in cui cammina con il giusto passo. Ogni qualvolta il cane tira, quindi, ci si dovrà fermare, in questo modo capirà che tirando non arriva da nessuna parte. Lavorando con guinzagli molto lunghi si avranno maggiori possibilità di evitare di esercitare trazione perché sarà più facile mantenerli lassi, il segreto è procedere finché il guinzaglio si mantiene molle e fermarsi non appena diventa teso.

È vero che i gatti possono mordere mentre vengono accarezzati?

Sì e nella maggioranza dei casi non c'è motivo di preoccuparsi. Può essere che il micio accetti di essere accarezzato solo per poco tempo e reagisca in questo modo se le carezze vanno avanti





oppure, al contrario, può essere una richiesta di continuare nel caso le coccole vengano interrotte. Il gatto può reagire mordendo anche nel caso in cui venga accarezzato in parti del corpo a lui non gradite: sono benaccette le carezze sulla testa e alla base delle orecchie, delle guance e sotto il mento, non piace invece essere accarezzati sulla pancia, sulla coda o sulla schiena.

Ci sono altri motivi per cui il gatto potrebbe arrivare a mordere: essere iperstimolato in seguito a un accarezzamento esagerato, essere toccato in un punto dolente o ancora reagire alle piccole scosse generate dall'elettricità statica che le carezze determinano sul mantello.

È vero che le cavie hanno bisogno di avere giochi a disposizione?

Che vivano in gabbia o abbiano a disposizione un recinto o tutta la casa, anche le cavie hanno bisogno di un arricchimento ambientale. I giochi per le cavie rientrano in questa categoria e possono essere di varie forme e dimensioni, l'importante è che siano realizzati nel materiale corretto, come plastica dura o legno rosicchiabile. Non devono perdere pezzi, sbriciolarsi troppo facilmente o contenere colle o vernici tossiche.

Le cavie sono animali molto giocherelloni e arricchire i loro spazi con tunnel, tane, ponti e cassette è un'ottima idea; questi simpatici animaletti amano anche correre nella ruota, come fanno i criceti, ma occorre fare attenzione che ne venga scelta una adatta alle loro dimensioni.





I CANARINI INGLESÌ

Tra i canarini di forma e posizione, alcuni dei più noti hanno origine inglese o comunque hanno avuto la definitiva consacrazione grazie all'allevamento nel Regno Unito

GIANNI RAVAZZI

Tra le numerose razze di canarini codificate e tutte derivanti dal *Serinus canaria* (la specie endemica delle Canarie, da cui appunto il nome canarini), uno dei gruppi riconosciuti è quello dei canarini di “forma e posizione”. Si tratta di soggetti caratterizzati da particolari conformazioni fisiche o da una particolare postura quando sono sul posatoio in attenzione, che li rendono immediatamente riconoscibili.

Le razze

Tra le razze inglesi troviamo alcuni dei canarini più allevati nel mondo come il Border e il Fife, due specie del tutto simili tra loro, con testa tondeggiante e corpo arrotondato, dotati di grande vivacità e allegria. Si tratta di canarini dall'aspetto e dal fisico forte adatti anche ad appassionati che non abbiano molta esperienza ornitofila. La differenza tra le due razze sta unicamente nella taglia: il Border è più grande, circa 14-15 cm contro gli 11 cm del Fife, che dal primo deriva ma oggi è forse più diffuso del suo progenitore. I colori ammessi per queste razze sono unicamente quelli naturali: bianco, giallo, verde, pezzato (meglio se con pezzature simmetriche), cannella e ardesia. Nella selezione delle due razze, una

tende sempre a privilegiare i soggetti di taglia maggiore, l'altra i soggetti di taglia ridotta, proprio per segnare il più possibile una linea di demarcazione tra due canarini del tutto simili nella struttura morfologica.

Dalla Contea di Norfolk proviene invece un canarino massiccio, dalla grande testa dotata di sopracciglia folte e dal colore giallo arancio (ammessa la colorazione artificiale), che per molti anni è stato allevato con una taglia attorno ai 12 cm e che oggi invece lo standard prevede attorno ai 16 cm. Si tratta del Norwich, canarino docile e anche buon cantore rispetto agli altri canarini di forma e posizione.



Il Crest, come il Gloster, è invece caratterizzato da due aspetti fondamentali: il ciuffo sul capo e la presenza nella razza di soggetti “ciuffati” e di soggetti “a testa liscia” con cui accoppiarli. L'accoppiamento ciuffato x ciuffato è un “fattore letale”: i piccoli se nascono non sopravvivono. Il Crest presenta un grande ciuffo che copre gli occhi e arriva fino al becco, mentre la sua forma a testa liscia, il Crest-bred, ha testa grande con sopracciglia folte e leggermente cadenti.

Il Gloster corona, cioè quello con ciuffo, ha piume ricadenti ai lati del capo ma tali da lasciargli liberi gli occhi, mentre la forma a testa liscia, il Gloster consort, ha capo tondeggiante e largo al vertice.

La differenza tra le razze è anche evidente per ciò che concerne la taglia: 16-17 cm per il Crest, non oltre i 13 per il Gloster. I colori ammessi sono tutti quelli naturali, tenendo conto che la maggior parte di questi canarini sono pezzati e che un soggetto chiaro con ciuffo scuro è estremamente raro ed apprezzato.

Un canarino con una storia antica e travagliata, che si è estinto ed è stato “ricostruito” attorno al 1950, è il Lancashire, di grande taglia, con i suoi 22 cm e con la diversificazione tra soggetti a testa liscia (plainhead) e soggetti con tipico ciuffo a forma di ferro di cavallo sulla fronte (cobby). Questo canarino deve presentarsi sempre di colore giallo o bianco e come per gli altri soggetti con ciuffo l'accoppiamento è sempre ciuffato x testa liscia.

Nel Regno Unito si alleva poi un esemplare che altro non è se non un Lancashire in miniatura, il Rheinlander, una razza che a oggi non ha una grandissima diffusione.

Alcuni lo hanno definito “una grossa carota con la testa al posto delle foglie”: si tratta dello Yorkshire, un canarino di taglia tra i 17 e i 18 cm, di forma appunto particolare per avere il punto di massima espansione in larghezza nel monoblocco testa-collo-spalle-petto, andando a restringersi verso l'addome. Ha posizione eretta e atteggiamento nobile che ne fanno un magnifico uccello. È inoltre dotato di buone melodie e di un carattere tranquillo.

Altra razza antica, perduta e ricostruita è lo Scotch, caratterizzato dalla forma a mezzaluna e dal capo serpentino. Di taglia non inferiore ai 17 cm, è vivacissimo, sempre in movimento e ottimo riproduttore. Si presenta con tutte le colorazioni naturali possibili.

Il re dei canarini inglesi è però senza dubbio il Lizard, canarino antichissimo e caratterizzato da una colorazione a base verde con scagliatura che rende il suo mantello simile a quello della lucertola (lizard, appunto). Si tratta di un esemplare di taglia attorno ai 13 cm, vivace, robusto, frugale e buon riproduttore. La sua caratteristica peculiare, oltre al mantello, è la presenza di una calotta gialla sul capo che può coprirlo in maniera più o meno estesa, ma che può anche essere assente e in questo caso anche sul capo dovranno comparire le tipiche striature. La colorazione verde si mescola con il giallo che nei soggetti intensi crea l'effetto dorato, mentre nei soggetti brinati crea l'effetto argentato. Si tende sempre ad accoppiare intenso x brinato e calotta intera x calotta mancante o ridotta, per produrre soggetti dal piumaggio ricco e con calotte mai eccessive che scendano oltre la linea degli occhi. Rarissimo e pregiatissimo è il Lizard a fondo bianco, che dà alla colorazione base un riflesso blu.

Per completare il panorama dei canarini inglesi non possiamo infine dimenticare il London Fancy, canarino estinto che oggi si tenta di ricostruire, dal piumaggio giallo con macchie scure simmetriche sulle ali.



Altro soggetto interessante, molto allevato in Gran Bretagna, è l'Irish, uccelletto di taglia attorno ai 13 cm, vivace e allegro, ottimo riproduttore e dotato di buone capacità vocali.

Alloggi e accessori

La gestione di tutti questi canarini è simile. Necessitano di gabbie dimensionate a seconda della taglia: una misura adatta a tutti è la classica gabbia a forma di parallelepipedo, ad estensione orizzontale, dove tutti gli spazi sono fruibili, 90x45x60h per i canarini di taglia maggiore, 90x45x45h per quelli di taglia inferiore.

La gabbia deve essere divisibile in due parti con un separatore a griglia e avere due cassette sul fondo per la raccolta delle deiezioni e degli scarti del cibo.

L'alloggio deve essere dotato di mangiatoie, abbeveratoio a sifone, bagnetto e nido a coppa. I posatoi (normalmente 4), vanno posizionati ad altezze diverse ma collocati in modo da permettere non solo di saltare da uno all'altro, ma anche di spiccare piccoli voli (per esempio i due laterali più alti e i due centrali più bassi).

I cassettei estraibili dal fondo della gabbia, possibilmente con griglia che impedisca ai canarini di scendere a terra sulla sporcizia, verranno foderati con carta che deve essere sostituita ogni settimana. Se invece si usano i cassettei senza griglia, sul fondo dovrà essere disposta una sabbietta assorbente.



Alimentazione

L'alimentazione base è data da un mix di semi per canarini (con scagliola che deve rappresentare almeno il 70%), con avena decorticata, canapa, niger, lino, ravizzone e perilla a comporre la miscela.

Gli animali devono avere sempre a disposizione osso di seppia, blocchetto dei sali minerali e un buon gritt per aiutare la digestione muscolare. Un pastoncino all'uovo può rappresentare un'ottima integrazione.

Un buon estruso o pellettato possono diventare una soluzione interessante per sostituire almeno in parte la quantità di miscuglio di semi e far sì che la dieta risulti ancora più equilibrata. Integrazioni di sali minerali e vitamine in acqua sono da considerarsi a seconda dei periodi dell'anno: riposo, riproduzione, svezzamento dei piccoli, muta (vi sono oggi molti prodotti ad hoc di buona qualità).

Infine alimenti freschi come insalate dure (cicoria e catalogna) o erbe prative (tarassaco e centocchio bianco) sono assolutamente un toccasana. La mela, fornita con parsimonia perché per i canarini lassativa, è comunque un'ottima integrazione, così come le sementi germinate (ma attenzione alla germinazione che, se mal fatta, può indurre micosi anche pericolose, soprattutto nei nidiacei).

I canarini di "forma e posizione" sono soggetti caratterizzati da particolari conformazioni fisiche o da una particolare postura quando sono sul posatoio in attenzione, che li rendono immediatamente riconoscibili





LA CONIGLIA E LA SFERA SESSUALE

Arriva il momento anche delle domande un po' imbarazzanti. Siamo in grado di rispondere al cliente? Ecco qualche nozione su come funziona la sfera sessuale dal punto di vista della femmina...

LINDA SARTINI

Provate a immaginare la situazione: un cliente che vuole acquistare una coniglietta o una coppia maschio/femmina e vi pone delle domande sulla parte osé della questione, in ottica "rosa". Avete tutte le risposte? Vediamo quali sono i quesiti più comuni e come tirarci fuori da ogni imbarazzo con risposte corrette e circostanziate.

A che età viene raggiunta la maturità sessuale?

La piena maturità sessuale, sia nel maschio che nella femmina, viene raggiunta generalmente tra i 4 e i 6 mesi, più precocemente nelle razze o incroci di piccola taglia (conigli nani) e più tardivamente nei soggetti di taglia media o grande. È importante sottolineare tuttavia che i primi tentativi di accoppiamento possono avvenire anche prima e che alcuni soggetti possono maturare in anticipo, riservando sorprese non sempre gradite ai proprietari o al negoziante che li ospita. In caso di cucciolata o della presenza concomitante di più animali all'interno dello stesso ricovero bisognerebbe già separare i soggetti di sesso opposto tra i 2 e i 3 mesi.



Ogni quanto e in quale periodo va in calore la coniglia?

Bisogna precisare che la coniglia ha un ciclo sessuale diverso da quello che siamo soliti immaginare per la cagna e la gatta. In questa specie non esiste un vero e proprio ciclo estrale mentre si verifica un lungo periodo di recettività (circa 7-10 giorni) in cui la femmina accetta l'accoppiamento intervalato da un periodo più breve (da 1 a 2 giorni) in cui invece rifiuta il maschio. La coniglia viene de-





finita “a ovulazione indotta” e “poliestrale continua”, ciò significa che l'ovulazione è indotta dall'accoppiamento e la stagione riproduttiva dura tutto l'anno.

Come si capisce se la coniglia è recettiva e quindi è il momento giusto per farla accoppiare?

Non sempre la coniglia fornisce indicazioni chiare sul suo stato di recettività. Spesso i segnali comportamentali sono ben evidenti poiché la

femmina è più irrequieta, sfrega il mento contro oggetti e persone di famiglia, tenta di montare scarpe, pantofole, peluche, piedi, ecc. e ancora, se la si tocca sul dorso, si appiattisce, inarca la schiena e solleva il codino. A livello dei genitali si può osservare un leggero inturgidimento e una colorazione rosso-violacea delle labbra vulvari, tuttavia i segnali descritti non sono sempre così evidenti. Probabilmente in questo momento accetterà più facilmente il maschio e la monta avrà maggior probabilità di andare a buon fine. Se femmina e maschio convivono sarà quest'ultimo, attraverso l'olfatto e i feromoni emessi dalla compagna, a riconoscere il momento buono per “andare a segno”.

È possibile lasciare sempre insieme il maschio e la femmina acquistati?

“Certo, è possibile, se si vuole ottenere una mitragliata di coniglietti e da 4 a 6 parti in un anno!”: ecco una bella risposta da dare al proprietario neofita! Lasciando insieme il maschio e la femmina l'accoppiamento sarà inevitabile con tutte le conseguenze del caso: sperare in un amore platonico è pressoché impossibile, a meno che il maschio non sia castrato e/o la femmina sterilizzata.

Se femmina e maschio convivono sarà quest'ultimo, attraverso l'olfatto e i feromoni emessi dalla compagna, a riconoscere il momento buono per “andare a segno”

È consigliato far accoppiare la coniglia?

Dipende. Se si desiderano delle cucciolate assolutamente sì, altrimenti meglio evitare. Ad ogni parto può nascere un bel numero di coniglietti, da 4 a 12 (un po' meno per i conigli nani, un po' di più per quelli di taglia grande) che non sono sempre facili da accasare dopo lo svezzamento. Prima di far accoppiare due soggetti bisogna anche pensare al dopo.

Cos'è la gravidanza isterica?

La gravidanza isterica o immaginaria (più correttamente “pseudogravidanza”) è una condizione parafisiologica che può verificarsi a seguito di accoppiamento non fecondo o di ovulazione spontanea in assenza di coito. Il corpo della coniglia, sotto l'influenza degli ormoni, si comporta in maniera tale da simulare una gestazione: le mammelle si ingrossano e producono latte e la femmina inizia a preparare il nido come se dovesse partorire pur non avendo feti in via di sviluppo dentro di sé. A differenza della gravidanza reale, quella immaginaria dura un po' meno, circa 18 giorni, per poi regredire.





È necessario, per la sua salute, farla accoppiare?

No, non è necessario per la sua salute. La gravidanza non previene le patologie dell'apparato genitale.

Quali patologie si rischiano?

Di patologie è meglio parlare con il veterinario di fiducia. Esistono comunque diverse affezioni a carico dell'apparato riproduttore della coniglia la cui responsabilità non è del fatto che non si sia accoppiata. Una delle più importanti è l'adenocarcinoma uterino, una patologia di natura neoplastica che può verificarsi sia nelle coniglie in riproduzione sia in quelle che

non hanno mai partorito. Questa forma tumorale è frequentissima e può arrivare a colpire la maggior parte delle coniglie non sterilizzate dopo il primo anno di vita, con maggiore incidenza a mano a mano che si procede con l'età.

Sterilizzare o non sterilizzare?

Anche di questo aspetto è meglio parlare con il veterinario. In ogni caso, qualora non si desiderassero cucciolate, attualmente il consiglio generale è quello di sterilizzare le femmine per prevenire tutte le patologie a carico di questo apparato, dalla piometra (infezione uterina con raccolta di pus) alle forme neoplastiche (ad es. adenocarcinoma uterino). Ai fini della prevenzione si suggerisce di far eseguire la sterilizzazione tra i 6 e i 12 mesi.

Ospitando una coppia maschio/femmina, è consigliabile sterilizzare solo la femmina o entrambi?

Anche in questo caso il punto di riferimento è sempre il veterinario, il quale comunque consiglierà di sterilizzarli entrambi poiché lasciare un maschio intero con una femmina sterilizzata potrebbe creare problemi di convivenza: il più delle volte il maschio intero tenderà sempre e comunque di accoppiarsi con una femmina che, di rapporti intimi, proprio non ne vorrà sapere... provate a immaginare quanto stress, quanta frustrazione e quanti litigi anche feroci.

La piena maturità sessuale, sia nel maschio che nella femmina, viene raggiunta generalmente tra i 4 e i 6 mesi, più precocemente nelle razze o incroci di piccola taglia (conigli nani) e più tardivamente nei soggetti di taglia media o grande

Queste sono solo alcune delle domande più frequenti che popolano i dubbi e gli interrogativi di proprietari neofiti che desiderano uno o più conigli. È giusto non farsi trovare impreparati ma è necessario indirizzare il cliente dal veterinario, possibilmente esperto in animali non convenzionali, che potrà fornire tutte le delucidazioni possibili, magari proprio in occasione della prima visita post acquisto.



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 curriculum a cv@pinetazootecnici.com

Azienda / Agenti

Azienda leader in acquariologia seleziona responsabile commerciale per la gestione della forza vendita nel territorio nazionale.

Responsibilities / Tasks

Il candidato dovrà coordinare l'ufficio vendite Italia e le attività di:

- * Gestione degli agenti
- * Gestione riunioni forza vendita
- * Affiancamento agenti su tutto il territorio nazionale
- * Ricerca di nuovi clienti e gestione degli attuali clienti
- * Sviluppo del marchio
- * Sviluppo nuovi mercati
- * Offerte

Your Profile / Qualifications

- * Conoscenza del settore acquariologia e/o del settore PET
- * Flessibilità
- * Propensione al lavoro in team
- * Propensione alle trasferte nel territorio nazionale
- * Conoscenza pacchetto Office
- * Conoscenze base di marketing
- * Esperienza gestione agenti, negozi specializzati e catene di negozi
- * Zona residenza nord-est

Info: Inviare richieste alla redazione: info@zampotta.it - Rif. 4/A

Smart Print / Agenti plurimandatari GDO

Azienda giovane che opera nel settore di stampa 3D, produttrice di accessori per cani e gatti, come ciotole personalizzate, vorrebbe ampliare la propria rete commerciale sul territorio nazionale a seguito del grande riscontro ottenuto. Si ricercano figure professionali con esperienze pregresse che ricoprano distintamente regione per regione.

Info: Inviare curriculum a smartprintsrl18@gmail.com,
tel. 0691601044

Prodac international / Agenti plurimandatari



Azienda di produzione e leader nel settore dell'acquariologia dal 1976 cerca agenti plurimandatari per il canale specializzato. Si richiede posizione Enasarco e conoscenza del settore. È previsto un interessante trattamento provvigionale, incentivi fatturato e formazione presso Prodac.

Info

■ Inviare CV a info@prodac.it / tel. 0495971677

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

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 procacciatori 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 web www.alsoitalia.it nella finestra download:

www.alsoitalia.it/cataloghi.php
Trattamento economico al di sopra della media.

Info: Inviare CV a also@alsoitalia.it, tel.090632636

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



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

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

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

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

ATTIVITÀ E ATTREZZATURE / OFFERTA

Cedesi / Attività

Cedesi o affittasi, per motivi familiari, pet shop vicino a Venezia con sala toelettatura, aperto dal 2002 con bilanci sempre in attivo.

La metratura è di oltre 150 mq netti complessivi e comprende, oltre alla toelettatura, allo spazio per la vendita di alimenti e accessori, anche un'area dedicata ai pesci e una all'esposizione di altri animali. Posizionato sulla strada che porta a Venezia, di fronte alla fermata del tram e dell'autobus e con disponibilità di posti auto.

Possibilità di affiancamento iniziale.

Info:

cell. 3337544813

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

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 Stefano

COME PUBBLICARE UN ANNUNCIO

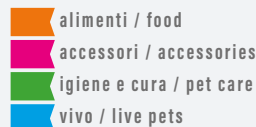
LA BACHECA è una rubrica di annunci gratuiti a disposizione di tutti gli operatori. Il testo va inviato via email (info@zampotta.it) precisando se nell'annuncio devono comparire i vostri dati oppure se desiderate restare anonimi. Tutti gli annunci, anche quelli anonimi, devono essere completi di nome, 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.




























	Alto S.r.l. SS 114 km - 4,260 Contesse - 98125 Messina www.alsoitalia.it - also@alsoitalia.it	090632636 fax 0906258082
	Aquaristica S.r.l. Via A. Labriola, 10/12 - 40010 Sala Bolognese (BO) www.aquaristica.it - info@aquaristica.it	051681488 fax 0516814294
	Aquilini Andrea Via Abruzzi, 10 - 60030 Monsano (AN) www.aquilini.it - info@aquilini.it	tel. 0731288091
	Askoll Uno S.r.l. Via Industria, 30 - 36031 Povolara di Dueville (VI) www.askoll.com - askoll@askoll.com	0444930260 fax 0444930380
	Bionatura Impianti S.r.l. Piazza Durini, 15 - 22043 Arcore (MB) www.bionaturaimpianti.it - info@bionaturaimpianti.it	0399241247
	CE.A.B. di Ferrari Pierluigi Via Pietro Rescatti, 20 - 25124 Folzano (BS) www.ceabacquari.it - info@ceabacquari.it	0302667121 fax 0302168469
	Croci S.p.a. Via S. Alessandro, 8 - 21040 Castronno (VA) www.croci.net - shop@croci.net	3297534632
	Ferplast S.p.a. Via I Maggio, 5 - Z.I. - 36070 Castelgomberto (VI) www.ferplast.com - info@ferplast.com	0445429111
	Funhobby Italia S.r.l. Via Domenico Mondo, 67 - 81100 Caserta www.funhobby.it - info@funhobby.it	0240032002
	Kuda Tropical Fish S.r.l. Via delle Industrie, 34 - 26010 Bagnolo Cremasco (CR) www.kudafish.it - info@kudafish.it	0373234461 fax 0373236714
	Pineta Zootecnici Via A. Cugini, 30 - 42122 Reggio Emilia www.pinetazootecnici.com - info@pinetazootecnici.com	tel. e fax 0522553616
	Porsa Italy S.r.l. Via Romolo Gessi, 210 - 25135 Sant'Eufemia (BS) www.porsaitaly.com - info@porsaitaly.com	0303363047 fax 0303363048
	Pro.D.Ac. International S.r.l. Via Padre Nicolini, 22 - 35013 Cittadella (PD) www.prodacinternational.it - info@prodac.it	0495971677 fax 0495971113
	Reef International S.a.s. Via Arconti, 11 - 21013 Gallarate (VA) www.reef-international.com - info@reef-international.com	0331792443
	Rinaldo Franco S.p.a. Via Fratelli Cervi, 2 - 20090 Trezzano sul Naviglio (MI) www.recordit.com - record@recordit.com	0248376157 fax 0241291840

	T.A.F. Trans Aquarium Fish S.a.s. Via Casale, 27 - 10060 Scalenghe (TO) www.tafsrl.to - info@tafsrl.to	0119866465 Cell. 3517228553
	Teco S.r.l. Via G. Ricci Curbastro 8 - 48124 Fornace Zarattini (RA) www.teconline.com - info@teconline.com	0544408333 fax 0544280084
	Trixie Italia S.p.a. Via E. Fermi, 6 - 36045 Alonte (VI) www.trixie.de - info@trixie.it	0444835329 fax 0444833352
	Velma Group S.r.l. Via Munaron, 26/A - 31050 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





CANI & GATTI / DOGS & CATS

	Adragna Alimenti Zootecnici S.r.l. Via Porta Palermo, 131 - 91011 Alcamo (TP) www.adragna.it - info@adragna.it	092426604 fax 092422424
	Agras Delic S.p.a. Via Martin Piaggio, 13/A - 16123 Genova www.schesir.it - contact@agras-delic.com	010588586 fax 010588914
	Aldog Via Giacomo Gregis, 111 - 24050 Covo (BG) www.al-dog.it - webmarketing@al-dog.it	0363938698
	Almo Nature S.p.a. P.za dei Giustiniani, 6 - 16123 Genova www.almonature.eu - info@almo.it	010253541
	Alpi Service S.n.c. Via dell'Artigianato, 5 - 12033 Faule (CN) www.alpiservice.com - info@alpiservice.com	011975941 fax 011974453
	Avitabile Napoleone S.r.l. Via Petrarca, 34 - 80022 Arzano (NA) www.tewua.it avitabilenapoleone@interfree.it - contatto@tewua.it	fax 0815737522 fax 0815737522
	Baldecchi S.n.c. Via Binda, 7/9 - 52028 Terranuova Bracciolini (AR) www.baldecchi.it - baldecchisnc@baldecchi.it	0550674991 fax 0559705352
	Bama S.p.a. Via Pertini, 2 - 55011 Altopascio (LU) www.bamagroup.com - info@bamagroup.com	0583286353 fax 0583287754
	B. Braun Milano S.p.a. Via V. da Seregno, 14 - 20161 Milano www.bb.raun.com - servizio.clienti@bb.raun.com	02662181 fax 0266218290



-  **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.petproducts carbone.it - info@petproducts carbone.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 - infoservice@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.ivsantbernard.it - info@ivsantbernard.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.lifepecare.it - info@lifepecare.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 Chioduno (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
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@gimborn.it
05225452
fax 0522945365
-  **Imac S.r.l.**
Via Ghisa, 24 - 36070 Tezze di Arzignano (VI)
www.imac.it - info@imac.it
0444482301
fax 0444482500
-  **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	REBO	CAMON	21	IPV	1	RINALDO FRANCO	29
II coperta	RINALDO FRANCO	CERERE	17	IV SAN BERNARD	39	SCHESIR	5
III coperta	MONGE	COTECNICA	19	LINEA 101	27	VITAKRAFT ITALIA	33
IV coperta	WONDERFOOD	FASHION DOG	35	MISTER PET	6, 37, 43	WINNER PLUS PET FOOD	65
		FORMEVET	25	MY FAMILY	2-3	ZOODIACO	15
		HEINIGER	41	PINETA ZOOTECHNICI	47	ZOOMARK INTERNATIONAL	13
		HUNDOG	23	PRODAC INTERNATIONAL	95		

Zampotta
PET BUSINESS

Il Magazine di Business per gli Imprenditori dei Pet Shop

SETTEMBRE 2022 - N° 7

 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, Francesco Caruccio, Nicola Benincasa, Luca Scrimieri, Silvia Marini, Emilio Gerboni, Assunta Incarnato, Giuseppe Di Domenico, Alessandro Mancini, Luciano Di Tizio, Linda Sartini, Lorena Quarata, Gianni Ravazzi

Direzione e Redazione
Vimax srl, Via Rezzonico 23 - 22100 Como
tel. 031301059 - fax 031301418 - info@zampotta.it

Segreteria di Redazione
valeria.longhi@zampotta.it

Produzione grafica
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 succitata legge. In conformità a quanto disposto dal Codice di deontologia relativo al Trattamento di dati personali art. 2, comma 2, si comunica che presso la nostra sede di Como, via Rezzonico 23, esiste una banca dati a uso redazionale. Gli interessati potranno esercitare i diritti previsti dal D.Lgs 196/2003 (consultare, modificare o cancellare i dati) contattando presso la nostra sede di Como, tel. 031301059, fax 031301418, il responsabile Valeria Longhi (abbonamenti@zampotta.it)

Although the magazine is delivered under free subscription, the personal data we are using are processed respecting Law Decree 196/2003. You can exercise the rights specified in the above mentioned law. In compliance with the rules specified in the Code of conduct about privacy treatment art. 2, comma 2, we inform you that the database is used for editorial purposes and resides in our headquarter located in Como, via Rezzonico 23. If you wish to exercise the rights specified in Law Decree 196/2003 (to look through, modify or cancel your personal data), please contact our office in Como, phone no. +39/031301059, fax +39/031301418. Responsible for the treatment of personal data is Ms. Valeria Longhi (abbonamenti@zampotta.it)





Mongee[®]

Supreme

NUOVI



RICETTE CON SUPERFOOD

Scopri le nuove delizie per il palato raffinato di ogni gatto!



COTTI AL
VAPORE



GRAIN FREE
FORMULA

NO CRUELTY TEST

MONGEE
La famiglia italiana del pet food

GREENCOMPANY

**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**

