L'impresa di pet food verrà donata alla Fondazione Capellino dedicata alla difesa di cani e gatti

Almo Nature sarà degli animali

Tutti i profitti reinvestiti in progetti per la biodiversità

DI IRENE GREGUOLI VENINI

Almo Nature verrà donata alla Fondazione Capellino. L'azienda specializzata nella produzione di cibo per cani e per gatti diventerà infatti proprietà dell'organizzazione senza scopo di lucro e dedicata alla difesa degli animali e della biodiversità, cui ha dato origine il fondatore del brand, che ha raggiunto 75 milioni di euro di fatturato nel 2017, con la stima di arrivare a un giro d'affari di 81 milioni di euro quest'anno.

«Nei prossimi mesi donerò, con effetto retroattivo sui profitti maturati dal primo gennaio 2018, l'intera proprietà di Almo Nature a una Fondazione, costituita con il solo fine di promuovere, ovunque nel mondo, progetti in difesa dei cani, dei gatti e della biodiversità», spiega **Pier Giovanni Capellino**, il fondatore dell'impresa di pet food, presente con una sua controllata oltre che in Italia, anche in Germania, Svizzera, Francia, Gran Bretagna, Benelux, Canada, Stati Uniti e in altri 18 paesi tramite distributori esclusivi (il 48% del fatturato è dovuto all'estero). «In questa nuova dimensione, Almo Nature diventa, attraverso la Fondazione, uno strumento economico a disposizione degli animali, della biodiversità e di coloro che condividono l'idea che sia necessario un nuovo patto degli umani con tutte le altre vite».

A sottolineare la nuova dimensione il logo dell'azienda recita «Owned by the Animals» (posseduta dagli animali). Il perfezionamento a livello giuridico dell'operazione avverrà con tutta probabilità nel 2019, quando le norme previste per le fondazioni dalla riforma del terzo settore saranno promulgate dal governo.

Almo Nature è nata nel 2000 ed è stata la prima azienda a produrre cibo per cani e per gatti impiegando alimenti in origine idonei al consumo umano, essendo questa la via più certa, in Europa, per garantire ai cani e ai gatti la stessa sicurezza degli alimenti destinati all'uomo, con un'offerta che si è evoluta, partendo dagli alimenti umidi fino a quelli secchi.

Negli anni è cresciuto anche l'impegno a favore degli animali. La Fondazione Capellino, infatti, si occuperà non solo dei propri progetti e di quelli ideati da terze parti, ma gestirà fin da subito le due iniziative create da Almo Nature sotto il cappello di aLmore: il primo è A Companion Animal Is For Life, un progetto nato con l'obiettivo di ridurre il numero di cani e gatti abbandonati, fissando delle regole per la gestione responsabile degli animali a livello europeo, mentre il secondo si chiama Farmers&Predators e mira ad armonizzare la coesistenza tra allevatori e animali predatori selvatici (soprattutto lupi, orsi ma anche piccoli mammiferi).

La sede della fondazione sarà provvisoriamente a Genova per poi essere trasferita a San Salvatore Monferrato in provincia di Alessandria, non appena terminati i lavori di recupero della proprietà, che sorge sulle colline che separano le zone pianeggianti del Casalese e dell'Alessandrino, in un'area che ospiterà un'oasi della biodiversità con numerose varietà di piante, erbe, frutti e ortaggi; in questo luogo si prevede di dare vita a diverse attività, tra le quali ci sarà anche un progetto educativo finalizzato alla formazione professionale sui temi della biodiversità, anche con la creazione di un master dedicato in collaborazione con le università.

© Riproduzione riservata

Pier Giovanni Capellino

Lg Electronics espande la linea Signature

I nuovi prodotti della gamma Lg Signature

Nuovi prodotti per la linea Lg Signature. Dopo il lancio avvenuto nel 2016, Lg Electronics presenterà infatti a margine di Ifa 2018 (la fiera dell'elettronica che aprirà domani a Berlino) un'estensione della sua gamma premium che includerà una cantinetta per vini, un'asciugatrice e un nuovo frigorifero. Il concept alla base dell'intera filosofia del marchio lanciato nel 2016 è Art of Essence.

La cantina per vini ha una capacità di conservazione fino a 65 bottiglie all'interno di una struttura in metallo e offre diverse tecnologie innovative come il multi temperature control che crea le condizioni ideali di conservazione per diversi tipi di vino. Il cassetto refrigerante al suo interno, grazie alla funzione «automatic lift», consente un accesso alle bottiglie con un solo pulsante. La cantina è dotata di riconoscimento vocale: la porta infatti si apre automaticamente quando qualcuno si avvicina e la funzione «toc toc» consente di guardare attraverso il vetro oscurato senza dover aprire la porta, evitando indesiderate fluttuazioni di temperatura e luce solare.

La gamma Lg Signature si arricchisce anche di un'asciugatrice top di gamma. Con una capacità di 10 kg, è in grado di rilevare la quantità di biancheria al suo interno e di regolare di conseguenza le impostazioni. Una funzionalità di asciugatura rapida, completata dall'avanzato sistema di pulizia automatica del condensatore che utilizza acqua corrente per eliminare accumuli di lanugine, consentendo un funzionamento al massimo dell'efficienza.

Anche il nuovo frigorifero della linea vanta una serie di funzioni avanzate che includono un automatic lift per sollevare il cassetto all'altezza degli occhi e favorire l'accesso. La funzione auto door open rileva quando una persona si avvicina e apre automaticamente la porta, ora due volte più larga di prima per una maggiore comodità quando si hanno le mani occupate.

BREVI

Nonno Nanni di nuovo on air. *Nonno Nanni torna in comunicazione a fianco di Saatchi & Saatchi con una nuova campagna pubblicitaria che ha per protagonista lo Stracchino. Dopo gli spot da 20" e 15" andanti in onda a partire dal 5 agosto, dal 2 all'8 settembre ripartirà un nuovo film da 15" pianificato sulle principali emittenti del digitale terrestre e satellitari: 39 reti tra Rai, Mediaset, Cairo e Sky, con l'obiettivo di raggiungere 585 milioni di contatti. La strategia di comunicazione ha visto inoltre interessate le più rilevanti piattaforme video, tra cui Mediamond e Raiplay, diversi portali femminili, di cucina e dedicati al mondo dell'informazione. La direzione creativa dello spot è di Alessandro Orlandi e Manuel Musilli, la casa di produzione Think Cattleya con la regia di Michael Sewandono.*

3 rinnova l'app per il servizio clienti. *3 ha rinnovato la propria applicazione mobile di self-care Area Clienti 3, che ora si chiama My3. Nuova interfaccia grafica e funzionalità innovative, grazie anche all'introduzione dell'assistente digitale 'Trelpy'. In particolare, l'app My3 permette di accedere ai servizi di assistenza direttamente dal dispositivo mobile, in totale semplicità e autonomia. È possibile, ad esempio, visualizzare l'offerta attiva, monitorare i consumi, consultare le fatture, ricaricare e gestire le proprie sim.*

Euronics al Restart. *Dal 30 agosto al 12 settembre sarà attiva Restart, la nuova campagna di Euronics che prevede tagli di prezzi su un'ampia selezione di prodotti e un'iniziativa per rottamare il vecchio Portatile e portarsi a casa una nuova console playstation Sony. L'attività promozionale dell'insegna dell'elettronica di consumo è curata dall'agenzia di entertainment marketing Wepromo.*

Grindr, in collaborazione con Bucksense, lancia un prodotto pubblicitario self-service. *Grindr, il social network rivolto a un target maschile gay, bisessuale e transessuale, e la piattaforma programmatica Bucksense hanno annunciato ieri il lancio di Grindrads.com, il nuovo servizio self service che, grazie a Directopub (la nuova piattaforma di Bucksense) consentirà agli investitori pubblicitari di qualsiasi dimensione e budget di entrare in contatto con la comunità LGBTQ.*

Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2018

Si rende noto che la Relazione Finanziaria Semestrale al 30 giugno 2018, approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 8 agosto 2018, è a disposizione del pubblico, unitamente alla relazione della società di revisione, presso la sede sociale, il meccanismo di stoccaggio 1Info all'indirizzo www.1info.it e sul sito internet della società www.si-servizitalia.com, sezione Investor Relations.

Castellina di Soragna, 30 agosto 2018

Servizi Italia S.p.A.
Il Presidente – Roberto Olivi

Servizitalia

Servizi Italia S.p.A.
Sede legale in Castellina di Soragna (PR) — Via San Pietro 59/B - Capitale sociale Euro 31.809.451 i.v. - C.F. e Numero di Iscrizione al Registro Imprese di Parma 08531760158 - P. IVA 02144660343

ColombiC&E

VkVSIyMjVm9sb0Vhc3lSZWFkZXJfQWRulyMjYmlxNGNjMTEtYjNlZi00MTU0LTllNzYtNGU5NGU2MjUwODU3IyMjMjAxOC0wOC0zMFQwOTo0MDowMiMjI1ZFUg==