



ALSO SRL
tel. 090632636, fax 0906258082
www.alsoitalia.it, also@alsoitalia.it



UN'AZIENDA CHE CREA CULTURA

Le strategie e gli obiettivi di Also nell'intervista a Sandy Sorrenti, primogenita del fondatore specializzata in Marketing e Sviluppo Export

"Anche il 2017 ha registrato una crescita di posizionamento degli alimenti *Animalin*® e degli accessori Also sia in Italia che oltreoceano. Incrementi in termini di quote di mercato, di risorse umane, di nuove aree per la produzione e di nuove tecnologie di impianti industriali di ultima generazione che creano il valore aggiunto. Siamo convinti di realizzare prodotti unici con un elevato vantaggio competitivo qualità-prezzo e vogliamo trasmettere questa certezza ai consumatori che si avvicinano ai nostri brand". Sono queste le parole della Dott.ssa Sandy Sorrenti, primogenita del fondatore e consulente aziendale esterno, al termine di un anno intenso e importante per Also, l'azienda italiana da anni protagonista del pet market che è alla ricerca di nuovi agenti per rafforzare la propria distribuzione in Italia

Animalin®

... per la felicità dei tuoi animali

Zampotta: Dottoressa Sorrenti, qual è la sua esperienza nel pet market e quali novità intende apportare?

Sandy Sorrenti: "Sono una giovane consulente, oltre a essere una delle due figlie della famiglia Sorrenti patron di Also, e mi occupo di marketing e progetti di sviluppo export. All'età di 21 anni, al raggiungimento della laurea in Economia Aziendale, vinsi una borsa di studio che mi permise di fare esperienza presso uno dei colossi del mercato del pet ma in un ambiente del tutto "british", in quanto decisi di recarmi in una filiale in Inghilterra, ai fini anche del miglioramento della lingua inglese. Ho acquisito un know-how da multinazionale nel settore marketing, comunicazione e sviluppo. Dopo questa esperienza decisi di tornare in Italia per specializzarmi in consulenza management e professione, per poi approdare agli esami di stato per la qualifica di dottore commercialista. Amante del settore pet, sono riuscita a fare della passione il mio lavoro, grazie ai preziosi insegnamenti di papà, fondatore della Also. Non temo le sfide e sono convinta che la nostra storia fatta di tradizione, impegno e passione per gli animali e per la natura, sia capace di raggiungere il cuore del consumatore, che oggi più di prima è attento alla qualità e al valore aggiunto. Il mio contributo in Also riguarda tutto ciò che si lega all'internazionalizzazione e ai nuovi trend di mercato. Il 2017 è stato un anno intenso e importante per Also, che ha conquistato terre a noi sconosciute prima, quali gli Emirati Arabi, il Kuwait, la Grecia, Cipro e la Spagna. Mi spiego meglio. Ritengo che ognuno possa



Dott.ssa Sandy Sorrenti



THE CULTURE-CREATING COMPANY

Also strategies and goals: interview with Sandy Sorrenti, eldest daughter of the company's founder, specialized in Marketing and Export Development

"Animalin® products and Also accessories recorded a growth in Italy and abroad during 2017. They grew as far as market shares, human resources, new production areas and new value-adding technologies are concerned. We believe that our products are unique and very competitive as far as quality and price are concerned. We want to convey our belief to customers approaching our brands". So speaks Dr. Sandy Sorrenti, eldest daughter of the founder and external company consultant, at the end of an important and busy year for the company. Also is the Italian company that has been starring the pet market for years. The company is now looking for new representatives to strengthen distribution in Italy

Zampotta: Dr Sorrenti, what is your experience in the pet market and what will you change?

Sandy Sorrenti: "I am a junior consultant, besides being one of the two daughters of Sorrenti family, Also founder. I deal with marketing and export developing projects. At 21 years, after the degree in Company's Economics, I won a scholarship and I had the chance to work for one of the pet leading companies. I chose a British branch of the company so that I could also improve English. I gained a multinational know-how in the marketing, communication and development sector. After the scholarship I came back to Italy to study consultancy and management, and then I took the national accountant exam. I love the pet sector and I was able to turn my passion into a job thanks to the precious experience of my dad, Also founder. I am not afraid of challenges and I believe that our story, which is made of tradition, commitment and passion for pets and for nature, is capable to reach customers' hearts: they are increasingly attentive to quality and added value. My role in Also covers what is related to internationalization and new market trends. 2017 was an intense and important year for Also, since the company entered new countries: United Arab Emirates, Kuwait, Greece, Cyprus and Spain. I think that everyone can bring added value: we decided to invest in fresh, young, dynamic know-how capable to meet new customers' needs. In 2017 we hosted European university trainees, who choose our company to learn more about international business. They later carried out successful projects with their universities. We are proud of that and in 2018 we were chosen by foreign business universities to help trainees acquire marketing skills and develop export".

Z.: What are the keys for 2017 success and how does added value affect Animalin® products?

S.S.: "First of all there is the improvement of the quality of our food. We are the first Italian company that replaced and integrated industrial plants with modern plants capable to remove aflatoxins in cereals. Aflatoxins grow after fungi contamination before and after cereal harvest. They are toxic and carcinogenic. Weather changes in Italy are also affecting cereals. According to the first data on 2015 harvest, the percentage of aflatoxins is enough to overcome the limits stated by European regulation. That is why we decided to purchase new areas dedicated Animalin® products and to invest on equipment capable to divide healthy and ill cereals. We currently have two plants: the logistic and administrative address and the productive plant. New Also plant is dedicated to Animalin® food for birds, rodents, fish and turtles.

Z.: What are 2018 strategies and goals?

S.S.: "In 2018 we will increase investments on research and development as well as on studies on nutrition for the future of birds, rodents, fish and turtles, since the demand for high-quality products capable to meet new needs is increasing thanks to a broader number of audit and researches with veterinarians expert in small pets. The goal is to broaden human resources with young people that can add their specific skills to promotional activity in digital marketing, also through social network and virtual communication, thanks to conventions with local universities. My main goal, besides communication, traditional and digital marketing, will cover the development of the export sector. That is why we will take part in Interzoo 2018 (hall 9 – stand 2014)".



portare valore aggiunto e noi abbiamo deciso di investire in know-how fresco, giovane, dinamico, selezionato nel panorama internazionale, pronto a soddisfare i nuovi bisogni del consumer. Nel 2017 abbiamo ospitato degli stagisti universitari europei che ci hanno scelto per approfondire e acquisire impostazioni di cultura di business internazionale, e con ottimi risultati hanno portato avanti progetti condivisi con la propria università. Tutto ciò ci lusinga e per il 2018 siamo stati di nuovo scelti come 'palestra professionale di management' per l'acquisizione di competenze di marketing e per lo sviluppo dell'export da alcune università di business straniera".

Z.: Quali sono le chiavi del successo 2017 e in che modo il valore aggiunto incide sui prodotti Animalin®?

S.S.: "Sicuramente il valore aggiunto nel migliorare l'alta qualità dei nostri alimenti. Siamo la prima azienda in Italia che ha sostituito e integrato impianti industriali in impianti di ultima generazione in grado di eliminare le aflatossine nei cereali. Le aflatossine si sviluppano in seguito a contaminazioni fungine avvenute prima e dopo la raccolta dei cereali. Sono tossiche e cancerogene. Le variazioni climatiche che stanno intervenendo in Italia stanno creando problemi anche su questo fronte: dai primi dati relativi alla raccolta del 2015 si è riscontrato un aumento di aflatossine sufficiente a far superare i limiti imposti

dalla normativa europea. Per tali motivi abbiamo deciso di ampliare i nostri spazi acquistando nuove aree destinate alla produzione degli alimenti Animalin® e di investire in macchine di produzione che consentono un'accurata separazione dei chicchi malati, per un livello di qualità sempre superiore al passato. Abbiamo due sedi, una logistica e amministrativa e l'altra produttiva, il nuovo stabilimento Also per la produzione degli alimenti per volatili, roditori, pesci e tartarughe Animalin®.

Z.: Quali sono le strategie e gli obiettivi 2018?

S.S.: "Il 2018 è l'anno in cui ci proponiamo di aumentare gli investimenti in ricerca e sviluppo e in studi per l'alimentazione del futuro dei nostri amici volatili, roditori, pesci e tartarughe in una fase in cui è sempre maggiore la richiesta di prodotti di alta qualità in grado di soddisfare nuovi bisogni grazie alle più numerose attività di audit e ricerca con gli esperti veterinari di piccoli animali. L'obiettivo è accrescere le risorse umane in termini di giovani volenterosi che possano apportare la propria competenza specifica nelle attività promozionali in marketing digitale anche attraverso la gestione dei social network e della comunicazione virtuale, grazie a convenzioni firmate con l'università del luogo. Il mio obiettivo principale, oltre alla parte di comunicazione e marketing tradizionale e del marketing digitale, riguarderà lo sviluppo del settore export. Infatti anche quest'anno saremo presenti all'Inter-zoo 2018 (pad. 9 - stand 214)".

Animalin®

... per la felicità dei tuoi animali



Z.: Ci può parlare di Also e delle ultime novità in azienda?

"Also è un'azienda che si basa su una grande famiglia, fondata da Alessandro Sorrenti, che ha saputo convogliare le energie di un gruppo giovane e ben consolidato che fa capo a Sandy per marketing e import/export, a Ketty per customer care/responsabile marketing digitale, e ai relativi generi: Francesco Mento, nuovo Product Manager e Manuel Costantino, responsabile logistica, ciascuno con un ruolo ben definito. Il vantaggio è innegabile. Con una strutturazione di questo tipo, anche quando si esce dall'azienda per tornare a casa, non si può che continuare a pensare e progettare idee nuove e strategie per il futuro".

Z.: Qual è il suo ruolo all'interno del management Also e quali novità intende apportare?

"Dal 2017 abbiamo avviato un progetto di riorganizzazione della rete vendita, un processo che intendo portare avanti attraverso la ricerca di agenti per le zone scoperte e non ancora consolidate. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare il canale specialist in cui siamo già abbastanza radicati e disporre tante altre bandierine sulla nostra penisola allargando il nostro campo d'azione nel canale dei garden".

Z.: Quali sono le caratteristiche principali del catalogo Also e Animalin®?

"Il catalogo Also conta circa 8.000 referenze tra accessori progettati e importati Also e alimenti Animalin®, di cui Also è produttore. Also pet food industry nasce come industria conto terzi con un'identità vocata alla produzione per altre realtà. Ma da un paio di anni si è trasformata puntando su una linea di qualità molto elevata, Animalin®, in modo da offrire agli operatori commerciali la possibilità di soddisfare al meglio le esigenze dei proprietari di piccoli animali da compagnia. Una gamma dinamica e variopinta, dal packaging comodo e intuitivo, che coglie i fermenti del settore e soddisfa anche il consumatore più esigente".





Z.: Qual è la strategia che sta alla base della linea Animalin®?

"Animalin® è una linea che prima di tutto vuole "creare cultura" verso una categoria di piccoli animali forse un po' trascurati e sottovalutati. Eppure pensiamo che, dopo cani e gatti, i coniglietti sono i pet più diffusi nelle case degli italiani. Ecco, noi vogliamo fare in modo che roditori, uccelli e pesci possano avere nel pet shop la stessa "dignità". Per questo motivo proponiamo anche ai negozianti la possibilità di organizzare attività di promozione e comunicazione, ma soprattutto di informazione al proprietario, perché possa trovare nel punto vendita un professionista esperto in grado di fornire consigli e aiuti".

Z.: I plus di Animalin®?

"Animalin® si presenta a scaffale con un packaging attraente e colorato, che stimola a scoprire le caratteristiche in grado di differenziare il prodotto. Abbiamo voluto investire su uno dei nostri cavalli di battaglia, il premium per conigli: grazie a una collaborazione con l'Università di Messina abbiamo infatti sperimentato l'equilibrato bilanciamento della ricetta e scoperto quello che è il reale bisogno del nostro piccolo amico. Grazie alle nostre apparecchiature all'avanguardia, il risultato è un prodotto visibilmente pulito e senza polvere e con un seme tutto pieno, perché lo stesso macchinario scarta i semi vuoti".

Z.: Progetti per il futuro a medio e lungo termine?

"Intendiamo consolidare il ruolo di Also nell'ambito del mercato italiano. Per questo, vogliamo trovare partner che desiderino cogliere questa sfida per differenziarsi dagli altri. Proponiamo a ogni singolo punto vendita un lay out basato sullo studio di category del negozio. Disponiamo di un sistema di magazzino a radiofrequenza che ci permette di consegnare la merce in 48 ore (in alcuni casi anche in 36 ore) utilizzando vettori abituati alla celerità, perché operanti nel settore medico. In più un altro vantaggio: la possibilità di completare l'assortimento anche attraverso mini-ordini, perché vogliamo realizzare insieme al pet shop un assortimento personalizzato che completi quello già presente in negozio. Per creare cultura ed essere differenti".

Z.: Qual è il valore aggiunto che offre un'azienda come Also?

"Nel ringraziare Cristina Mandaglio, Direttore Editoriale Zampotta, per la gentile opportunità di visibilità che la sua rivista ha concesso ad Also, desidero concludere ribadendo che stiamo cercando persone che vogliono far parte di un bel team di lavoro, che si basa prima di tutto sul valore di relazione tra esseri umani e dopo sui ruoli commerciali. Ma soprattutto desidero affermare che non ci fermeremo qui, né come prodotti, né come mete da conquistare, perché la nostra mission è davvero motivante, l'ambiente è stimolante e sostenuto da un'assertività contagiosa.

A tutto questo, da buon siciliano, vi lascio con l'invito a toccare con mano la nostra ospitalità in Sicilia, invito esteso non solo ai nostri futuri collaboratori, ma anche ai clienti". (A.L.)

Z.: Can you talk about Also and its latest news?

O.R.: "Also is based on a broad family founded by Alessandro Sorrenti, who was capable to convey the efforts of a young and well-established team run Sandy, Marketing and Import/export Manager, Ketty, Customer Care/Digital Marketing Manager, and his sons-in-law Francesco Mento, new Product Manager, and Manuel Costantino, Logistics Manager. Each one of them has a specific role, which has an undeniable advantage. Even at home, they will talk about the company and discuss new ideas and future strategies".

Z.: What is your role in Also management and what will you change?

"In 2017 we reorganized the sales network, which I will still carry on during the next year by looking for representatives covering missing areas. We aim at entering shops all over our country, adding new areas to those already conquered. Our goal is to strengthen our position in the specialized channel and gain new market shares by entering the segment of garden centres".

Z.: What are Also and Animalin® catalogue's main features?

"Also catalogue features 8,000 products, from accessories developed and imported by Also to Animalin® food produced by Also. Also pet food industry was born as a company working for third parties. Two years ago, the company changed and developed a high-quality range, Animalin®, providing business operators with the chance of meeting the needs of owners of small pets. It is a dynamic and varied range featuring a handy and intuitive packaging, capable to understand the new trends and to meet the requirements of demanding customers as well".

Z.: What is the strategy behind new Animalin® line?

"Animalin® aims at creating culture towards a category of small pets, since they are often neglected or underestimated. Yet, after cats and dogs, rabbits are the most common pets in Italian families. Our goal is to reach equal dignity for rodents, birds and fish in the pet sector. That is why we also provide retailers with promotional or communication activities, as well as updates for owners, so that retailers can become real experts for pet owners".

Z.: What are Animalin® features?

"Animalin® features a captivating and colourful look, which invites customers to discover the product's features. We decided to invest on one of our strong suits, premium food for rabbits. Thanks to the collaboration with Messina University we tested the balance of the recipe and assessed the real needs of pets. Thanks to our modern equipment the result is a clean, dust-free product with whole seeds: our equipment discards empty seeds".

Z.: What are the medium- and long-term goals?

"We aim at strengthening Also role on the Italian market, step by step. That is why we are looking for partners capable to face the challenge and enter Also team. We can provide shops with specific lay-out based on the shop's category study. Thanks to a radiofrequency system in the storehouse, we are capable to deliver goods within 48 hours (even 36 hours sometimes) by carriers used to alacrity, since they work in the medical sector. Moreover, we also offer the chance to place small orders: we aim at building a customized range together with retailers, in order to complete the range already available in shops. We aim at creating culture and being different".

Z.: What is Also's added value?

"First of all I would like to thank Cristina Mandaglio, Zampotta Editor in chief, for the visibility granted to Also on the magazine. We are looking for people who want to be part of a great team based on human relations first, besides commercial roles. We will not stop here as far as products and goals are concerned. Our mission is motivating, the environment is stimulating and supported by contagious assertiveness. Since I come from Sicily, I invite everyone, both future collaborators and customers, to try our Sicilian hospitality".