

Zoomark si farà di nuovo in fiera

Zoomark International lancia la sfida e organizza l'evento in presenza a novembre, in stretta sinergia con la parallela piattaforma digitale



La voglia di normalità è senz'altro la questione che più conta, in questo momento.

Dopo un così lungo periodo di distanziamento fisico e sociale in ogni ambito, vogliamo poter tornare al confronto reale, anche se siamo consapevoli che non potrà accadere in breve tempo.

Ecco perché applaudiamo il coraggio e la tenacia degli organizzatori che hanno annunciato la scelta di riportare *Zoomark International* alla sua cadenza originaria, nell'anno dispari: a BolognaFiere, di persona, il 10, 11 e 12 novembre 2021.



PROMOPET SRL
www.zoomark.it
info@zoomark.it



Una decisione non facile

Un bel segnale forte e consapevole alla community internazionale del pet, che ha voglia di tornare a incontrarsi, di guardare e costruire il futuro, di trasformare in attività le nuove abitudini maturate in un anno difficile e anche straordinariamente significativo.



L'annuncio della data arriva dopo lunghe e articolate riflessioni nel delicato compito di valutare le migliori soluzioni possibili per confermare il Salone e allo stesso tempo, garantire sicurezza alla luce del perdurare della crisi sanitaria.

Accanto alla partecipazione espositiva, *Zoomark International 2021* proporrà l'Area Novità, arricchita da un'Area Tendenze che farà da vetrina alle innovazioni tecnologiche e ai prodotti all'insegna della sostenibilità e dell'economia circolare, in grande crescita anche nel settore pet.

La porta digitale resta aperta

In parallelo con la manifestazione fisica, evolverà l'attività di *Zoomark International* su piattaforma digitale, in stretta sinergia,

potenziando l'azione degli espositori. L'ambito digitale offrirà un valido supporto nella preparazione alla visita della manifestazione e consentirà, anche a quegli operatori provenienti dalle aree più remote, che potrebbero avere difficoltà nei trasferimenti, di entrare comunque in connessione con l'appuntamento bolognese.

L'annuncio dello svolgimento della manifestazione ha già portato le prime adesioni, ribadendo l'importanza della Fiera per il comparto pet e l'esigenza di poter contare, nel 2021, in un momento di incontro e di business all'interno di un quadro di alleanze internazionali attraverso partnership strategiche e incontri sia fisici sia virtuali.



L'intervista

Ci auguriamo che *Zoomark International 2021* possa realmente svolgersi in presenza, tuttavia noi di *Zampotta Pet Business* vogliamo fare la parte del diavolo e quindi abbiamo sottoposto a Giuseppe Pierini, Amministratore Delegato di Promofiere srl – Segreteria Commerciale e Organizzativa di *Zoomark International*, una serie di domande che interpretano i dubbi e i quesiti di tanti professionisti e imprenditori del pet, nell'intento di fare chiarezza su aspetti, scenari e prospettive.

Zampotta Pet Business: *Zoomark International non vuole rinunciare alla fiera fisica in presenza dell'anno 2021. È un bel segnale di fiducia. Come è nata questa decisione, quando tutte le principali fiere stanno organizzando eventi on line?*

Giuseppe Pierini: “C'è realismo, accanto alla fiducia: a novembre avremo una situazione generale decisamente migliore rispetto ad oggi. Ci sono i vaccini, con disponibilità crescente, il virus è più conosciuto e i medici imparano ogni giorno di più come affrontarlo. Dal canto nostro, abbiamo acquisito nuove abitudini di prudenza e di prevenzione. Se ricordiamo che un anno fa avevamo appena scoperto la pandemia, sconosciuta e senza cure, per la quale si ipotizzava che mai avremmo visto un vaccino prima di due o tre anni, ebbene è legittimo e del tutto credibile, pensare di poterci incontrare di persona fra sette mesi.”

ZPB: *Ammiriamo il coraggio ma un dubbio è lecito. Nell'incertezza di una pandemia mondiale di cui non si vede la fine, come vi aspettate che risponderà il mercato?*

G.P.: “Gli esperti dicono che occorrerà convivere ancora per un po' con il Covid e non c'è ragione di dubitarne. Questa necessità però è compatibile con la gran voglia che il mercato ha di tornare a confrontarsi, con tutte le misure di sicurezza e l'indispensabile prudenza. Dalle difficoltà, giorno dopo giorno, nascono nuovi comportamenti e nuove risposte.”

ZPB: *Avete pronto un “piano B” nel caso la situazione sanitaria non dovesse evolvere come sperato?*

G.P.: “Nell'ultimo anno abbiamo imparato che è fondamentale avere sempre una soluzione di riserva. Ormai usiamo lo strumento virtuale con grande dimestichezza; di fronte all'impossibilità di contatto rappresenta un'alternativa che funziona. In certi casi è addirittura un booster, un acceleratore di contatti che in alcuni eventi ha anche raddoppiato o triplicato i numeri di partecipazione da remoto. Laddove la fisicità fosse impedita - cosa che riteniamo poco probabile - si farà ugualmente business nel nome di *Zoomark International*.”

ZPB: *Pochissimi mesi per organizzare una fiera dell'importanza di Zoomark International. Quali strategie avete messo in campo?*

G.P.: “La community del pet ha compiuto un balzo evolutivo nell'ultimo anno, sotto molteplici aspetti. Basti pensare, solo per citare il più evidente, in che misura si sia intensificato il rapporto con i nostri animali da compagnia, sia durante il lockdown, sia nella quotidianità dello smartworking. *Zoomark International* è il luogo ideale di sintesi e di confronto di tutta questa innovazione. Riaccendere i motori dell'evento fieristico è meno difficile di quanto si possa pensare, grazie anche all'esperienza di organizzazione di eventi in piena sicurezza mutuata in questi mesi da un quartiere di riferimento come BolognaFiere.”

ZPB: *Come verrà strutturato Zoomark International 2021? La formula “ibrida” in cosa consisterà?*

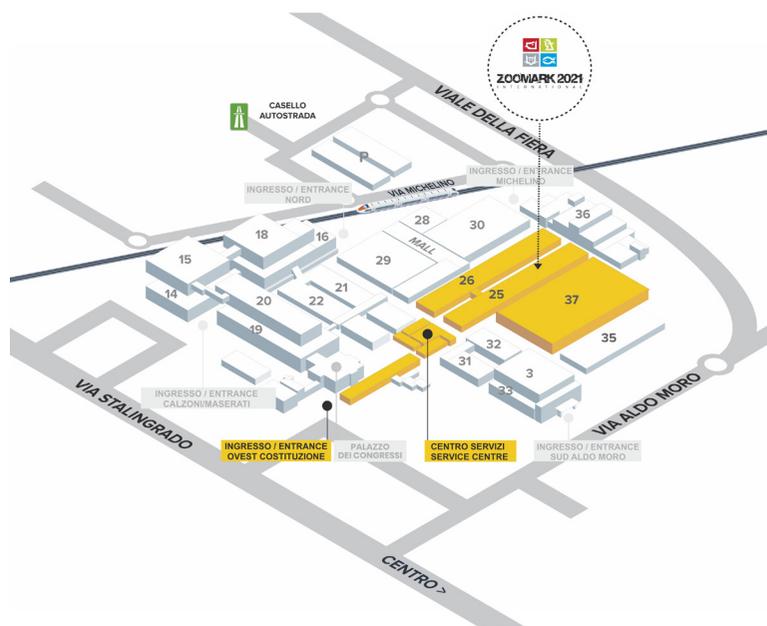
G.P.: “Reale e virtuale ormai sono destinati a una sempre più stretta sinergia, direi a una piena complicità. Le tecnologie esistevano da tempo, ma il Covid ci ha fatto realizzare che le usavamo al di sotto delle loro potenzialità.”



In *Zoomark International* siamo fiduciosi che potremo addirittura aumentare il numero complessivo di visitatori e buyer rispetto alle precedenti edizioni e non perché puntiamo a un afflusso in massa che sarebbe in questo momento anche imprudente sollecitare. Conterà la partecipazione ai fini del business, dello scambio. E anche i buyer provenienti da aree che ancora sconsigliarono la mobilità delle persone, potranno prendere parte attiva alla Fiera con profitto, vedere le novità, scambiare opinioni, organizzare incontri d'affari con la piattaforma che accompagnerà in virtuale la versione fisica di *Zoomark International 2021*.”

ZPB: Perché la scelta è caduta sui padiglioni 25-26 e 37?

G.P.: “Prima di decidere quali padiglioni utilizzare, è stato necessario confrontarci con l'ufficio tecnico di BolognaFiere. Utilizzando sia il cad che la computer grafica, abbiamo elaborato varie soluzioni che ci permettessero di delineare un layout espositivo che soddisfacesse la prima necessità, cioè la sicurezza e il rispetto di tutte le normative anti Covid. Inoltre, il padiglione 37, l'ultimo, il più nuovo, moderno e funzionale costruito da BolognaFiere offre un'area di circa 15.000 mq senza una colonna e totalmente aperta con un'altezza di circa 22 metri.”



ZPB: *Zoomark International* si è sempre distinto per il suo valore a livello internazionale. La speranza di tornare a viaggiare oltre i confini nazionali e continentali è decisamente aumentata. Ma non è ancora una certezza. Come può un espositore europeo o americano o giapponese pensare di prenotare uno spazio in questa situazione?

G.P.: “*Zoomark International* sarà il primo e unico evento ‘fisico’ internazionale dell'anno del settore pet in Europa. Si farà in condizioni di assoluta garanzia e sicurezza. Per gli espositori essere presenti al primo appuntamento di riferimento continentale post Covid sarà ancor più importante perché la nostra Fiera inquadrerà un momento in cui il ritorno al contatto diretto è straordinariamente atteso.”

ZPB: Tutti ci auguriamo che si possa fare una fiera in presenza. Ma quindi perché la scelta di queste date? Non rischia di sovrapporsi al CIPS previsto nei giorni immediatamente seguenti?

G.P.: “Qui corre l'obbligo di essere realisti. Il mondo non tornerà subito a viaggiare in massa come avveniva prima. La prevedibilmente ridotta propensione ai viaggi intercontinentali e la corrispondente opportunità di presenziare comunque da remoto a un evento che ha il suo ‘core’ in presenza, rappresenterà la nuova modalità di vivere le grandi fiere, con polarizzazione continentale e mutui vantaggi. Più che di sovrapposizione, in queste condizioni, sarà corretto parlare di sinergia.”

ZPB: Sempre a proposito di date. Non è un azzardo organizzare una fiera in Italia quando l'altro grande evento





europo Interzoo si presenta in versione digitale a giugno 2021 e in versione fisica a maggio 2022? Non si rischia di rimanere stritolati nel mezzo?

G.P.: “Con Interzoo esiste una visione comune, uno spirito condiviso di servizio alla business community del pet. Stiamo lavorando assieme per mettere in campo sinergie che rendano questi appuntamenti, uno dopo l’altro, tutti efficaci per una ripresa che ha tantissimi contenuti, prodotti, comportamenti, visioni da presentare e condividere.”

ZPB: A quale pubblico vi rivolgete con questa scelta di un Salone che si svolge solo in giorni infrasettimanali che tendono a escludere quindi la maggior parte di toelettature, pet shop e veterinari italiani?

G.P.: “Non è azzardato ritenere che Zoomark International 2021 sarà pioniera del nuovo modo di presentare una fiera, senza soluzione di continuità fra contenuti fisici e contenuti virtuali. Sarebbe difficile immaginare fra sette mesi un totale ripristino delle antiche abitudini, con visita di più giorni, approfondimenti in seminari e incontri oltre il prodotto e conseguente distacco dalle attività lavorative. Oltretutto, sarebbe da irresponsabili concentrare nel weekend il potenziale di affluenza. Le nuove esigenze impongono scelte meditate, sia a noi organizzatori che al pubblico. Zoomark International darà la possibilità del primo incontro fisico post Covid, completando - o anticipando - la visita, gli educativi, seguendo le presentazioni, anche da casa propria, se necessario. La tecnologia e le nuove abitudini consentono tutto questo nel più proficuo dei modi.”

ZOOMARK WILL BE HELD IN PERSON AGAIN

Zoomark International launches the challenge and plans the event in person in November, in parallel with synergistic digital platform

NORMALITY IS THE MOST IMPORTANT THING RIGHT NOW.

After such a long period of social and physical distancing in each aspect, we want to go back to meeting in person, even though we know it will not be possible soon

That is why we praise the bravery and determination of organizers, who announced that Zoomark International will be restored to its original odd-year schedule: at BolognaFiere, in person, on 10-13 November 2021.

NOT EASY TO DECIDE

It is a strong and aware message to the international pet community, who is eager to meet in person and build the future, to turn into business the new habits following a hard and important year.

The announce comes after long and complex thinking, in order to detect the best solution to plan the show and ensure all safety standards due to the sanitary emergency.

As well as a host of international exhibitors, Zoomark International 2021 will present its New Products Area with the addition of a New Trends Area, showcasing technological innovations and products that throw the focus on sustainability and the circular economy, now rapidly expanding in the pet industry too.

DIGITAL DOOR IS OPEN

In parallel to the in-person event, Zoomark International is also developing a synergistic digital platform to boost the reach of its exhibitors. This will be a resource for those planning a visit to the event, and will crucially enable industry professionals from further afield - for whom travel may prove complicated - to nonetheless take part in the Bologna event

News of the show going ahead has been enthusiastically received by exhibitors, with many already confirming their attendance, highlighting the importance of this event for the industry, a key opportunity

to network and do business in person in 2021.

THE INTERVIEW

We hope Zoomark International 2021 will be really held in person. Here at Zampotta Pet Business we want to play the devil: that is why we asked Giuseppe Pierini, Promofiere srl CEO (Managing and Operating Secretariat at Zoomark International), several questions including the doubts of plenty pet business people. Our goal is to shed some light on aspects, scenarios and perspectives..

Zampotta Pet Business: Zoomark International does not want to give up on the 2021 in-person exhibition. It is a message of faith. How came the decision, since all the main exhibitions are planning on-line events?

Giuseppe Pierini: “There is pragmatism besides faith: in November the overall situation will definitely be better than today. Vaccines are increasingly available, the virus is known and doctors learn better how to deal with it, day after day. On our side, we gained new prevention habits. A year ago we had just discovered the pandemic, unknown and without cures, and we never expected a vaccine before two or three years. Well, that is why it is definitely possible to meet in person within seven months.”

ZPB: We praise the courage, but still have some doubts. In such an uncertain scenario, related to a world pandemic that still occurs, what is your expectation towards the market reaction?

G.P.: “Experts say that we will be living together with Covid for quite some time, and there is no reason to doubt it. However, this is not compatible to the desire of the market to discuss in person, with all the necessary safety standards and prudence. From complexity arise new behaviours and solutions, day by day.”

ZPB: Have you thought of a “plan B” in case the sanitary situation should not evolve as expected?

G.P.: “During the past year we learned that it is fundamental to have an extra solution. We are already proficient in using virtual tools. If in-person events are not possible, virtual meetings are a suitable alternative. In some cases they also are a contact booster: participation figures doubled or even tripled in certain events. If the in-person event will be impossible - which we think is not likely - we will still do business under Zoomark International.”

ZPB: Just a few months to set up such an important event as Zoomark International. What are your strategies?

G.P.: “The pet community experience an evolutionary leap in the past year, in many aspects. For example, see how the bond with our pets has become stronger, both during lockdown or smartworking. Zoomark International is the perfect place to discuss of this innovation. Firing





ZPB: *Non è forse cambiato qualcosa nella modalità di pensare a una fiera? Ad esempio Global Pet Expo ha scelto una modalità completamente digitale. Lo scenario futuro sarà quello di allontanarsi dalle fiere vecchio stampo e puntare sul digitale?*

G.P.: "È cambiato molto, in termini di evoluzione, di sinergie, di proposta degli organizzatori e anche - ma forse soprattutto - di esigenze e abitudini dei visitatori. Crediamo che sempre di più, verso il futuro, lo strumento digitale sarà al servizio e a completamento di quello tradizionale, non in competizione. In questa direzione e con questa filosofia stiamo costruendo il futuro di *Zoomark International*, a partire dall'edizione di novembre 2021."

Grazie a Giuseppe Pierini per questa intervista.

Da parte nostra, confidiamo che questi mesi che ci separano da *Zoomark International*, possano lasciare i giusti tempi per superare la fase ancora acuta della pandemia e rappresentare davvero una ripartenza reale a livello globale.

Tutti noi abbiamo bisogno di tornare a ritrovarci "fisicamente", ma siamo sicuri che nella peggiore delle ipotesi la versione digitale sarà certamente un'occasione imperdibile di incontro per operatori e professionisti. (L.D.)

up the exhibition engine is less hard than one might think, also thanks to the experience in event organization complying with the recent safety standards carried out in the past months by BolognaFiere."

ZPB: *How are you planning Zoomark International 2021? What is the "hybrid" formula?*

G.P.: "Real and virtual have become increasingly synergistic. Technology was already there, but Covid made us realize that we underestimated its potentiality.

In *Zoomark International* we believe we will even increase the overall number of visitors and buyers, compared to the past edition. Not because we focus on mass participation, which will even be imprudent in this period. What matters is business participation. Even buyers from areas that still discourage person mobility will be able to participate into the Exhibition, see the news, discuss, organize business thanks to the virtual platform supporting the in-person edition of *Zoomark International 2021*."

ZPB: *Why did you choose halls 25-26 and 37?*

G.P.: "Before choosing the halls we discussed with BolognaFiere technical department. Using both cad and computer graphics we developed various exhibiting layouts complying with the first need: safety and all anti-Covid regulations. Moreover, hall 37 is the newest, most modern and functional: a surface of 15,000 m2 without pillars and totally open, 22m high."

ZPB: *Zoomark International distinguishing feature is the international importance. The hope of travelling outside national and continental borders has definitely increased. But it is not sure. How can European or American or Japanese exhibitors think of booking exhibiting areas in such situation?*

G.P.: "*Zoomark International* will be the first and unique in-person international pet event in Europe. The utmost safety standards will be guaranteed. For exhibitors, taking part in the first continental post Covid pet event will be even more important: our Event will mark a moment where the return to in-person contact has been eagerly awaited."

ZPB: *We all hope for an in-person event. Why did you choose this period? Don't you think it might clash with CIPS, scheduled right after?*

G.P.: "We have to be pragmatic. The world will not go back to travel just like before. The reduced inclination towards intercontinental trips, besides the related chance of remote participation to an event with in-person core, will be the new way of living important exhibition, with continental polarization and reciprocal advantages. Rather than clashing, in such circumstances it is better to talk about synergy."

ZPB: *Still regarding the period. Don't you think it is risky to set up an exhibition in Italy when the other important European event, Interzoo, will be held in digital in June 2021 and in person in May 2022? Isn't it likely to be crushed in-between?*

G.P.: "With Interzoo we share a common vision, a shared intent of serving the pet business community. We are working together to make sure that all these events, one after the other, support the recovery: there is plenty of products, behaviours, content, visions to present and share."

ZPB: *What is the target of an exhibition held on workdays, which tend to exclude most Italian grooming centres, pet shops and veterinarians?*

G.P.: "We believe that *Zoomark International 2021* will be a pioneer in organizing a new type of exhibition, without interruption between in-person and virtual content. It would be hard to imagine old habits completely restored within seven months: multi visits, workshops and meeting besides products. Of course, it would also be irresponsible to concentrate the affluence potential in the weekend. The new needs require pondered choices, for both organizers and public. *Zoomark International* will offer the first in-person post-Covid meeting, completing or anticipating the visit, the educational, following presentations even from home, if necessary. Technology and new habits profitably allow all of this."

ZPB: *Maybe something really changed in the way events are organized. For example, Global Pet Expo chose a completely digital event. Do you think the future scenario will lead far from old-style exhibitions to focus on digital events?*

G.P.: "Much has changed in terms of evolution, synergy, organizer offer and visitors needs and habits. We believed that in the future the digital tool will be completing and supporting the traditional exhibition, rather than competing. That is how we are planning the future of *Zoomark International* starting from the November 2021 event."

Thanks to Giuseppe Pierini for the interview.

On our part, we hope that the months left before *Zoomark International* will be enough to overcome the acute phase of the pandemic and to represent a global restart.

We all need to go back to meet in-person, but we are sure that, in the worst scenario, the digital event will definitely be a not-to-be-missed event among pet business people.

