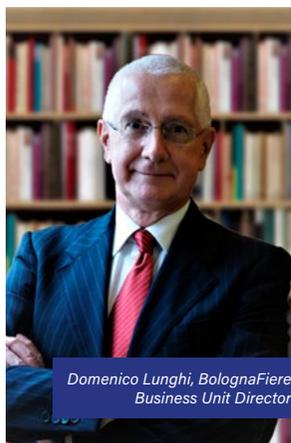


# Zoomark verso una nuova normalità

**Nell'intervista a Domenico Lunghi gli obiettivi della prossima edizione: consolidare il posizionamento come punto di riferimento internazionale e attirare nuove categorie di espositori e visitatori**

In un mercato in continua evoluzione, chiamato a rispondere costantemente a nuove sollecitazioni, è già in piena attività la macchina organizzativa della ventesima edizione di *Zoomark International*, in programma dal 15 al 17 maggio 2023. Un traguardo importante per un evento che riunirà nuovamente a Bologna le maggiori aziende mondiali e la business community legata al mondo del pet per segnare nuovi trend, stringere alleanze, affrontare nuove sfide e approfondire temi e strategie di attualità.



Domenico Lunghi, BolognaFiere  
Business Unit Director

*Zoomark* si propone come una vera e propria show experience, dove scoprire in anteprima le principali novità, assistere alla preview dei mega trend presenti e futuri, ma anche aggiornarsi sulle ultime tendenze di un mercato in continua evoluzione.

Zampotta Pet Business ne ha parlato con Domenico Lunghi, Business Unit Director di BolognaFiere.

**Zampotta Pet Business: *Zoomark International* torna nella sua collocazione naturale, a maggio degli anni dispari. È il segno di una "ritrovata normalità" oppure di una "nuova normalità"?**

Domenico Lunghi: "Dal 15 al 17 maggio 2023 *Zoomark* riunirà nuovamente a BolognaFiere le maggiori aziende mondiali e la business community legate al mondo del pet, che potranno tracciare i trend del presente e anticipare le tendenze future, dialogare e trovare opportunità di mercato, approfondire temi di attualità e strategie di business. Dopo due



anni di pandemia e l'edizione svoltasi eccezionalmente a novembre 2021, l'evento ritrova la sua abituale collocazione, segno di una nuova normalità.

*Zoomark International* 2021 è stata la prima manifestazione del settore pet a tenersi in presenza durante la pandemia. Con il 60% di espositori esteri provenienti da 44 Paesi, ha colmato un vuoto fieristico internazionale che durava da due anni e ha risposto coraggiosamente all'esigenza espressa dal mercato di ritrovare un momento di confronto in fiera tra gli operatori. Gli oltre 15.000 visitatori registrati a Bologna hanno confermato che il Salone è l'evento di punta del mercato mondiale del pet negli anni dispari e che il comparto gode di ottima salute, anzi è in costante crescita".



**Z.P.B.: Quali saranno le sfide principali che *Zoomark* dovrà affrontare nella prossima edizione?**

D.L.: "Lo scenario internazionale è estremamente complesso e sfidante, considerate sia la situazione pandemica (in netto miglioramento, ma ancora non completamente risolta),



sia la guerra in corso in Ucraina. Con queste premesse, *Zoomark* si pone obiettivi sempre più ambiziosi e punta a superare i già ottimi risultati ottenuti nelle ultime due edizioni. In particolare l'intento è quello di consolidare il posizionamento della manifestazione come punto di riferimento sempre più internazionale e irrinunciabile, attirando nuove categorie di espositori e visitatori, e da un numero ancora più ampio di Paesi".

**Z.P.B.: Dagli anni e dalle esperienze di pandemia è rimasto qualcosa di positivo?**

D.L.: "Durante la pandemia, in collaborazione con alcune riviste specializzate e nostre partner, abbiamo sviluppato per la prima volta un ricco programma di webinar, con contributi e momenti di confronto su argomenti di stringente attualità tra esperti e protagonisti di primo piano del settore pet. L'ambito digitale ha offerto un valido supporto nella preparazione alla manifestazione che si è poi svolta in presenza e ha consentito anche agli operatori geograficamente più lontani, o che per le limitazioni dovute al Covid non avrebbero potuto partecipare alla manifestazione a Bologna, di entrare comunque in connessione con la community di *Zoomark International*. Un'esperienza assolutamente positiva e molto apprezzata, perché ha permesso di scambiarsi idee, informazioni e contatti malgrado il momento storico rendesse impossibile incontrarsi personalmente. Perciò riproporremo certamente questo format nei prossimi mesi, rendendolo più internazionale e continuando a coprire tutti i temi di maggiore interesse e urgenza per il mercato.

Anche nell'edizione 2023 un ruolo chiave lo ricoprirà lo Steering Committee, introdotto con successo nel 2021 per dare alla manifestazione la forma e i contenuti più rispondenti alle attese del settore. Questo Comitato Consultivo è attualmente composto da alcune aziende italiane leader e altamente dinamiche, che espongono a BolognaFiere e rappresentano tutte le aree merceologiche del pet. Altri membri si aggiungeranno presto, nell'ottica di una più capillare copertura della scena internazionale".

**Z.P.B.: *Zoomark* è pensato come show experience. Che tipologia di fruizione avete in mente per il visitatore?**

D.L.: "Il nostro intento è quello di rafforzare il Salone quale luogo di incontro e business per tutti i protagonisti del settore pet a livello mondiale. Vogliamo offrire loro una vera

## ZOOMARK TOWARDS A NEW NORMALITY

Interview with Domenico Lunghi about future goals: strengthening the event position as international point of reference and attracting new categories of exhibitors and visitors

In such an ever-evolving market, being called on to respond rapidly to new challenges, the organization of the 20<sup>th</sup> *Zoomark International* (15-17 May 2023) is fully operational. It is an important goal for this event, which gathers in Bologna the world's leading companies and the pet business community, to tap into the latest trends, forge alliances, tackle the new challenges and keep up to date with topical issues and strategies.

*Zoomark* aims at being a genuine show experience enabling attendees to get a preview of the main innovations, explore the mega trends of the present and future, and keep up to date with all the developments in a continuously evolving market.

Zampotta Pet Business interviewed Domenico Lunghi, Business Unit Director at BolognaFiere.

**Zampotta Pet Business: *Zoomark International* will be back to its original dates, in May odd years. Is it a "rediscovered normality" or a "new normality"?**

Domenico Lunghi: "On 15-17 May 2023 *Zoomark* will be back in Bologna, gathering the world's leading companies and the pet business community, to tap into the latest trends, forge alliances, tackle the new challenges and keep up to date with topical issues and strategies. After two years, a pandemic emergency and the exceptional edition held in November 2021, the event is back in its place, marking a new normality.

*Zoomark International* 2021 was the first pet exhibition in presence during the pandemic emergency. With 60% foreign exhibitors from 44 countries, the event filled a two-year exhibiting void, bravely answering to the market need for an in-presence meeting between pet business people. Over 15,000 visitors registered for the Bologna event, a proof that this is the leading odd-year event and that the market is healthy and growing.

**Z.P.B.: What are the main challenges for *Zoomark* next year?**

D.L.: "The international scenario is extremely complicated and challenging, given the pandemic situation (definitely improved, but not completely settled yet) and the current war in Ukraine. Under these circumstances, *Zoomark* sets increasingly ambitious goals and aims at exceeding the excellent results of the past two editions. In particular, the goal is to strengthen its position as international point of reference, attracting new categories of exhibitors and visitors from a broader range of countries".

**Z.P.B.: Did the pandemic emergency leave a positive effect as well?**

D.L.: "During the pandemic, in collaboration with partner specialized magazines, we planned several webinars, focusing on hot topics and with leading pet experts. The digital tools were a useful support in organizing the event, which was held in presence but also allowed business people, who could not take part due to their location or to COVID restrictions, to get in touch with the community of *Zoomark International*. It was a positive experience, since it helped pet business people exchange ideas, information and leads in spite of all the complications related



e propria show experience, dove scoprire in anteprima le principali novità di prodotto, aggiornarsi sui mega trend presenti e futuri e sulle ultime tendenze di un mercato in continua evoluzione, chiamato a rispondere costantemente e rapidamente a nuove sollecitazioni”.

**Z.P.B.: All'interno di Zoomark quali saranno le iniziative confermate e quali, invece, le novità?**

D.L.: “In occasione della prossima edizione torneranno i progetti *Pet Vision* e *Aqua Project*. Dalla nostra indagine sulla customer satisfaction 2021 è emerso che oltre il 72% dei visitatori viene a Zoomark in cerca di novità di prodotto.



E i prodotti novità censiti da *Zoomark International 2021* nell'area *Pet Vision* sono stati oltre 400, raggruppati in base alle tendenze del mercato, ovvero i mega trend. Quest'area ha ricevuto ottimi riscontri dai visitatori e ha contribuito a generare moltissimi contatti con i buyer. Poiché il potenziale di comunicazione di *Pet Vision* è elevato e poiché pensiamo che gli espositori - e quindi le novità di mercato che presenteranno - saranno ancora di più nel 2023, la renderemo più attraente collegandola a un concorso: un International Award. Riproporremo poi *Aqua Project*, lo spazio dedicato al mondo dell'acquariologia e dei terrari. A breve avremo un primo confronto con le aziende del settore, per individuare insieme le azioni e i temi da sviluppare.



to the pandemic. We will definitely offer this format in the next months, with a more international side and focus on all the most urgent and interesting topics for the market”.

**Z.P.B.: Zoomark is planned as show experience. What type of experience do you have in mind for visitors?**

D.L.: “Our goal is to strengthen the exhibition's role as meeting and business place for world pet business people. We want to offer a genuine show experience enabling attendees to get a preview of the main innovations, explore the mega trends of the present and future, and keep up to date with all the developments in a continuously evolving market that is constantly being called on to respond rapidly to new challenges”.

**Z.P.B.: Can you tell us about the confirmed initiatives and the news at Zoomark?**

D.L.: “*Pet Vision* and *Aqua Project* will be back for the 2023 event. According to our 2021 customer satisfaction survey, over 72% visitors attend *Zoomark* looking for new products. *Pet Vision* area hosted over 400 new products during *Zoomark International 2021*: products were divided after market's mega trends. This area received an excellent feedback from visitors and helped create several sales leads with buyers. The communicating potential of *Pet Vision* is elevated: since we believe that exhibitors (thus their new products) will be even more in 2023, we will make it more attractive with a competition, an International Award. *Aqua Project* is the area dedicated to the world of aquaria and terraria. We will soon meet the companies of the sector, to discuss the topics and organization of the project.

There are also important collaborations, which are confirmed event after event. Starting from the support of the US Department of Commerce: it certifies *Zoomark International* and lists the event in the promotion and support programme in the USA and Europe, through its network of consulates and special offers for companies joining the USA Pavilion at the exhibition. Moreover, we will still host the British Pavilion (supported by PetQuip), the Chinese Pavilion (organized by BolognaFiere China) as well as the Canadian, Czech and Indian pavilions, plus other pavilions in progress”.

**Z.P.B.: 20 exhibitions: a significant number marking an important presence for the pet sector. Did you think of a celebrative event?**

D.L.: “2023 marks a relevant birthday for *Zoomark*, because 20 exhibitions are a remarkable result. Throughout the years, the event learned and increased its experience, also during unexpected and traumatic event such as the pandemic and thanks to the positive feedbacks collected after each event, especially after the extraordinary November 2021 event. The event is definitely oriented towards the future and towards the most unavoidable topics of our time, from sustainability to innovation. For our 20th birthday we are already working on a special project: we cannot anticipate anything yet, but we will present it in due time”.

**Z.P.B.: How does Zoomark International handle topics that are increasingly important for the market, such as sustainability and social awareness?**

D.L.: “*Zoomark 2023* will be increasingly inspired to innovation, sustainability and social awareness. We started focusing on these



A rinnovarsi di edizione in edizione sono anche alcune importanti collaborazioni. A partire dal sostegno del Department of Commerce del Governo statunitense, che certifica *Zoomark International* e la inserisce in un programma di attività di promozione e supporto sia sul territorio nazionale che in Europa, tramite la propria rete di consolati e agevolazioni particolari per le aziende aderenti al padiglione USA in fiera. Ma non solo. Come ormai da lunga tradizione, ospiteremo i padiglioni britannico, sostenuto da PetQuip, cinese, realizzato da BolognaFiere China, canadese, ceco e indiano, mentre altri ancora sono in via di definizione”.

**Z.P.B.: 20 edizioni: un numero significativo di una presenza importante per il settore pet. Avete pensato a qualche evento celebrativo?**

D.L.: “Il 2023 segna un compleanno di grande significato per *Zoomark*, perché il traguardo delle venti edizioni è ragguardevole. In tutto questo tempo la manifestazione ha potuto far tesoro dell’esperienza maturata, anche in risposta a eventi inattesi e traumatici come la pandemia, e dei positivi feedback raccolti ogni volta, specialmente con l’edizione straordinaria del novembre 2021. Ma lo sguardo del Salone rimane rivolto decisamente verso il futuro e verso i temi più ineludibili che la nostra epoca pone, dalla sostenibilità all’innovazione.

Per il 20esimo anniversario stiamo già lavorando a uno speciale progetto che presenteremo nei prossimi mesi, ma di cui al momento non possiamo ancora anticipare nulla”.

**Z.P.B.: Come vengono declinati a *Zoomark International* temi che stanno sempre più a cuore al mercato come sostenibilità e coscienza sociale?**

D.L.: “La nuova edizione di *Zoomark* sarà sempre più all’insegna dell’innovazione, della sostenibilità e della coscienza sociale. Una mission che ci eravamo posti già a partire dalla passata edizione, quando l’Area Novità è stata arricchita da un’Area Tendenze: una vetrina sulle innovazioni tecnologiche e sui prodotti all’insegna della sostenibilità e dell’economia circolare, in grande crescita anche nel mercato del pet. Il Salone continuerà, quindi a rappresentare per tutti gli operatori la sede dove captare in anticipo le principali tendenze emergenti, una “bussola” indispensabile per orientare il proprio business all’innovazione”.

**Z.P.B.: Avete già individuato le tappe di avvicinamento a maggio 2023?**

D.L.: “Lo scorso maggio a Norimberga, in occasione di *Interzoo 2022*, abbiamo tenuto una conferenza stampa che ha sancito il lancio ufficiale della manifestazione alla presenza della stampa internazionale. Nei prossimi mesi intensificheremo le attività di promozione internazionale, da quest’anno anche grazie all’ausilio di 13 nuovi partner commerciali in giro per il mondo che saranno impegnati a tempo pieno in questo scopo e molti dei quali si sono già messi al lavoro per l’edizione 2023, ricevendo feedback alquanto positivi.

Da qualche settimana è, inoltre, partita la nuova campagna promozionale di *Zoomark International*, con l’invio dei materiali informativi a tutte le aziende del settore e a tutte le principali riviste estere, che possono così iniziare a pianificare la promozione e la loro presenza a BolognaFiere, confermando la partecipazione entro il 22 luglio”. (M.A.)



topics already since the past edition, with the Trend Area in the New Product showcase: focus on technological innovation, sustainability and circular economy, which is growing in the pet sector. The exhibition will still be the place to learn about the main emerging trends, the necessary “compass” to lead the business towards innovation”.

**Z.P.B.: Have you already set the approaching steps to May 2023?**

D.L.: “In May, during the past Nuremberg *Interzoo 2022*, we held a press conference marking the official launch of the event in front of the international press. During the next months, we will focus on international promotional activities, which will be supported by 13 new business partners all over the world: they will work full time for the exhibition. Some of them already started working on the 2023 event, with positive feedbacks.

A few weeks ago, *Zoomark International* new promotional campaign started: information materials were sent to all the pet companies and the main foreign pet magazines, which can start planning their promotion and presence to BolognaFiere by confirming their attendance within July 22<sup>nd</sup>”.

