

Verso il Salone del futuro

Alcune anticipazioni dell'edizione 2025 di Zoomark nell'intervista a Luisa Bersanetti e Pascale Sonvico

Zoomark, la fiera internazionale del pet food e del pet care in programma dal 5 al 7 maggio 2025 a BolognaFiere, è stata ufficialmente presentata alla stampa internazionale e alle aziende del settore durante l'Interzoo di Norimberga. Zampotta Pet Business ha colto l'occasione per fare qualche domanda a Luisa Bersanetti e a Pascale Sonvico, rispettivamente Exhibition Manager e Show office and Sales Manager di Zoomark.



Zampotta Pet Business: Un mercato come quello attuale, che si caratterizza per essere rapido e frenetico, ha sempre fame di attenzioni. Come risponderà la prossima edizione di Zoomark?

Luisa Bersanetti: "Partiamo dai numeri del 2023, che sono stati da record: oltre 68.000 metri quadrati di area espositiva, 1.060 espositori da 57 nazioni, 28.000 visitatori da 120 Paesi del mondo - con il 62% dei visitatori esteri di altissimo profilo - e 1.200 nuovi prodotti presentati sul mercato. Oggi Zoomark diventa ancora più ambiziosa nei progetti e nei traguardi, allargandoci a nuovi settori, ampliando la panoramica sull'industria a 360 gradi, offrendo nuove opportunità commerciali e di business in fiera. Nella nostra vision, Zoomark sarà il polo di attrazione per buyer, negozianti e professionisti del mercato a caccia di idee e nuove proposte in un ambiente dinamico e accogliente".



Luisa Bersanetti, Exhibition Manager Zoomark

Z.P.B.: Il nuovo pay off della prossima edizione è "bigger and bolder": in cosa Zoomark vuole essere più grande e più audace?

L.B.: "Nell'apertura verso nuovi mercati, nella connessione globale, nell'esplorazione aperta alla filiera e alle nicchie del mercato. Per la prossima edizione punteremo ulteriormente sulla presenza di buyer dai principali mercati di riferimento e in particolare da quelli emergenti, offrendo così autentiche opportunità di sviluppo alle aziende espositrici".

Z.P.B.: L'internazionalizzazione è sempre stata il punto di forza di Zoomark. Anche nella prossima edizione il Salone si propone quale ponte tra l'Europa e il resto del mondo del pet?

L.B.: "Certamente, ed è per questo che è già attiva la nuova campagna promozionale che prevede consistenti investimenti pubblicitari su testate e media digitali. Stanno prendendo forma nuovi progetti anche grazie a importanti collaborazioni con partner di altri Paesi. Saremo a Pet Fair South East Asia, dove Zoomark coordinerà la presenza delle aziende italiane nell'Italy Pavilion. E a Marca China, con il Pet Pavilion, l'esclusiva area dedicata al settore pet all'interno del dinamico evento di private label, e-commerce e retail, che offrirà alle aziende del pet un canale preferenziale di accesso al mercato cinese e ulteriori opportunità di cross-branding".

Z.P.B.: Come influiranno i nuovi trend del mercato pet e le nuove abitudini dei pet owner sulla prossima edizione di Zoomark?

Pascale Sonvico: "Nelle case italiane vivono 65 milioni di animali d'affezione, di cui 20 milioni di cani e gatti. Da 20 edizioni, Zoomark accompagna la crescita e l'evoluzione della pet industry, interpretando i bisogni del mercato e anticipandone le tendenze tramite approfondimenti con esperti e attività in fiera. Fiore all'occhiello della fiera è Pet Vision, l'area dedicata ai prodotti novità, declinata per tendenze e studiata per guidare gli operatori verso il mercato del futuro."

Z.P.B.: L'innovazione è sempre stata il punto di forza di Zoomark e dei suoi espositori. Come verrà valorizzato questo aspetto nella prossima edizione?

P.S.: "Vogliamo rappresentare per tutti gli operatori internazionali una piattaforma esclusiva in cui vengono anticipati trend di settore e forecast sulla sostenibilità ambientale, sul concetto di One Health, sui prodotti tailor-made, amati dalla GenZ. Stiamo sviluppando un progetto che coinvol-



Pascale Sonvico, Show office and Sales Manager Zoomark





Alcuni momenti della presentazione ufficiale di Zoomark 2025 alla stampa internazionale e alle aziende del settore
 Pictures taken during Zoomark 2025 official presentation to international press and pet companies

gerà la pet tech e arricchirà l'offerta dell'area Next 5.0 dedicata al mercato pet del futuro, all'innovazione e all'alta tecnologia, riservandola non solo alle start-up ma anche a tutte le aziende che propongono soluzioni tecnologicamente avanzate, ad esempio per la salute e la sicurezza dei pet.

Z.P.B.: Quali saranno le altre principali aree novità che caratterizzeranno la show experience per i visitatori di Zoomark?

P.S.: "Nel nuovo padiglione 28 i buyer troveranno Factory, il nuovissimo progetto che punterà i riflettori su tutte le aziende che compongono la filiera produttiva, sempre più centrali per soddisfare le esigenze di un mercato in continua crescita. Poi la nuovissima area Atelier, dove per la prima volta Zoomark metterà in risalto anche le eccellenze del pet fashion, del design e del beauty.

Torneranno, infine, anche l'area Pet Vision, con l'anteprima dei nuovi prodotti, e la scenografica e suggestiva Aqua Project, a disposizione dell'industria del settore acquari e terrari, che sarà luogo non solo di esposizione, ma anche di incontri e seminari". (R.P.)



TOWARDS THE HUB OF THE FUTURE

Preview on Zoomark 2025: interview with Luisa Bersanetti and Pascale Sonvico

Zoomark, the global pet food and pet care trade show scheduled for May 5th-7th 2025 at BolognaFiere, was officially presented to international media and companies at Nuremberg Interzoo. Zampotta Pet Business had the chance to ask a few questions to Luisa Bersanetti and Pascale Sonvico, respectively Exhibition Manager and Show office and Sales Manager at Zoomark.

Zampotta Pet Business: The current market is fast and frenzy, always in need of attention. How will Zoomark deal with this?

Luisa Bersanetti: "Let's start with 2023 record figures: 1,060 exhibitors from 57 countries, 28,000 visitors from 120 countries - 62% high-profile foreign visitors and 1,200 products presented on the market. Now Zoomark becomes even more ambitious in its aims and targets, broadening to new sectors and to new industry scenarios, offering new business opportunities during the exhibition. According to our vision, Zoomark will be the meeting centre for buyers, retailers and professionals looking for new ideas and offers in a dynamic and cosy environment"

Z.P.B.: The slogan of the next edition is "bigger and bolder": how?

L.B.: "By opening towards new markets, ensuring global connection and by offering open exploration to the supply chain and market niches. For the next edition we will further focus on buyers from the main markets and emerging markets in particular, providing exhibiting companies with real chances for development".

Z.P.B.: Internationalization has always been Zoomark point of strength. Will the exhibition provide a bridge between Europe and the rest of the pet world next year as well?

L.B.: "Indeed, that is why we have already launched our new promotional campaign, with significant marketing efforts in advertising, in both print and digital media. Other new projects are also quickly taking shape, including the strengthening of major international partnerships. One such venture is the agreement reached recently with Pet Fair South East Asia, where Zoomark will be coordinating the Italian businesses in the Italy Pavilion. Zoomark will bring its Pet Pavilion to Marca China, a dynamic event for private labels, e-commerce and large-scale retail, which will provide pet-related companies with preferential access to the Chinese market as well as cross-branding opportunities".

Z.P.B.: How will new trends in the pet market and new habits of pet owners affect the next Zoomark?

Pascale Sonvico: "65 million pets live in Italian families, with 20 million cats and dogs. Zoomark has accompanied the growth in the pet industry for over 20 years, interpreting the needs of the market and anticipating future trends with experts and events during the exhibitions. Pet Vision is the exhibition's jewel, the new products showcase area serving as a compass for distributors and retailers seeking future trends".

Z.P.B.: Innovation is another point of strength of Zoomark and its exhibitors. How will you underline this aspect?

P.S.: "We want to provide an exclusive platform for all brands around the globe, forecasting market trends and shining a light on topics such as sustainability, the concept of One Health, and tailor-made products, which are so popular with Gen Z. We are currently developing a project involving pet tech, which will broaden the offer of Next 5.0 area for the future of the pet market, innovation and cutting-edge technology: a space dedicated to start-ups and more established businesses that offer high-tech solutions in fields like pet health and security".

Z.P.B.: What are the other news related to the show experience of Zoomark visitors?

P.S.: "In new hall 28 buyers will find Factory, the new project that will put the spotlight on all businesses in the manufacturing supply chain, which play an increasingly central role in meeting the needs of a growing market. For the first time, Zoomark will also highlight excellence in the world of pet fashion, design and beauty through the launch of Atelier. Two beloved and long-standing projects will return: Pet Vision (the new products showcase) and Aqua Project for businesses in the aquarium and terrarium sector, which will host meetings and seminars as well as exhibition space".