

Un appuntamento imperdibile

Con oltre il 50% degli spazi già prenotati, dal 5 al 7 maggio 2025 torna Zoomark, la Fiera Internazionale b2b del pet food e del pet care, leader in Europa nel 2025 per i professionisti dell'industria pet di tutto il mondo

Il settore pet è in continua crescita ed evoluzione, spinto da innovazioni tecnologiche e da una sempre maggior attenzione alla sostenibilità e al benessere degli animali, ormai membri della famiglia a tutti gli effetti.

Zoomark rappresenta il punto d'incontro internazionale fra l'industria e la distribuzione nel mercato del pet, un appuntamento per tutti i professionisti del settore (produttori, distributori, buyer di insegne e catene specializzate e gestori di pet shop indipendenti) per aggiornarsi, trovare nuove ispirazioni, scoprire in anticipo i principali trend e cogliere nuove opportunità di business.

L'edizione 2025, che si svolgerà a Bologna dal 5 al 7 maggio, sarà quindi un evento imprescindibile per tutti gli operatori del mercato, pensato per rispondere in modo personalizzato alle esigenze di espositori e visitatori, interpretandone le priorità, facendo incontrare domanda e offerta e ponendosi come momento di formazione e scambio.

Nuovi prodotti e tutte le forme dell'acqua

In occasione di Zoomark 2025 torneranno i due progetti più apprezzati da espositori e visitatori, già protagonisti delle edizioni precedenti: *Pet Vision* e *Aqua Project*.

Pet Vision, cuore pulsante della manifestazione, è l'area dedicata ai nuovi prodotti, una vetrina che nel 2023 ha presentato circa 500 novità, fungendo da bussola per distributori e buyer alla ricerca dei trend del futuro e generando contatti di valore tra espositori e distributori.

Aqua Project è invece lo spazio dedicato all'industria del settore acquari e terrari che anche nella prossima edizione 2025 sarà non solo luogo di esposizione, ma occasione di incontri e seminari, per offrire opportunità di aggiornamento e approfondimento ai retailer in visita a Bologna.

Il Salone del Futuro: le grandi novità 2025

Per andare incontro alle richieste di espositori e visitatori, tra i padiglioni di BolognaFiere prenderanno forma tre nuove aree dedicate a specifici settori merceologici che gli organizzatori hanno voluto aggiungere al concept della manifestazione e che rappresentano le principali novità della 21esima edizione. L'area *Factory* punterà i riflettori solo sulle aziende della filiera manifatturiera, che ha un peso sempre più rilevante per la pet industry: materie prime, ingredienti innovativi, premix e semilavorati, macchinari, packaging, logistica, servizi all'industria e alla distribuzione. Le aziende che operano in questi segmenti di mercato potranno esporre in quest'area, a loro appositamente dedicata.



ZOOMARK

5-7 May 2025
BolognaFiere, Italy

ZOOMARK
www.zoomark.it
info@zoomark.it



In un contesto dove innovazione, tecnologia e digitale ricoprono sempre più importanza, *Zoomark 2025* dedicherà poi un'intera area alle aziende che si sono affermate tra le realtà più avanzate dal punto di vista tecnologico e alle start-up che offrono soluzioni hi-tech e dispositivi smart per i pet e i loro proprietari. Nel Salone del Futuro non poteva infatti mancare *Next 5.0*, un hub per giovani aziende dedicato al futuro del pet market: innovazione e tecnologia applicate soprattutto all'industria per la sicurezza e la salute degli animali d'affezione.



Zoomark sarà inoltre l'occasione per rappresentare al meglio un segmento che riveste una rilevanza crescente all'interno del mercato pet, quello del non food, che secondo l'indagine realizzata da Nomisma per *Zoomark* genera una spesa complessiva di 6,8 miliardi di euro da parte delle famiglie italiane. Per la prima volta, in questa nuova edizione *Zoomark* darà maggiore risalto anche alle eccellenze del pet fashion, del design e del beauty, inaugurando *Atelier*, un ambiente premium dedicato a top buyer interessati a brand e aziende di questi segmenti.

Abitudini d'acquisto dei pet owners: l'indagine Nomisma a disposizione di brand e negozianti

Zoomark è molto di più di una manifestazione fieristica, è una piattaforma in grado di creare e fornire agli operatori del settore un patrimonio informativo che permetta loro di interpretare meglio il mercato e di ricoprire nello stesso tempo il ruolo di acceleratore di business. In quest'ottica è nata la partnership con Nomisma, che ha dato vita alla recente indagine sul mercato non food e che rappresenta solo il primo step di un percorso più ampio che si svilupperà in vista dell'edizione 2025.

I risultati dell'indagine forniscono uno spaccato di trend attuali e futuri rispetto ad abitudini e comportamenti di acquisto e preferenze di proprietari di animali da compagnia in Italia, informazioni vitali per la definizione della strategia commerciale delle aziende, italiane ed estere, protagoniste del settore, ma anche per l'attività dei negozianti specializzati.

Dalla ricerca di Nomisma emerge quindi che le famiglie italiane spendono 6,8 miliardi di euro

Nomisma

LANDMARK EVENT

Over 50% of exhibition spaces already snapped up: *Zoomark*, the International b2b show for the global pet food and pet care business people, will be back on 5-7 May 2025

The pet sector is ever growing and evolving, thanks to technologic innovations and to increasing attention towards pets' sustainability and well-being: they are already considered members of the family.

Zoomark is the international meeting point between pet industry and retail trade: a landmark for all pet business people (manufacturers, distributors, chain shops and independent shops) who wish to look for updates or new inspirations, discover trends in exclusive and establish new business opportunities. The 2025 show will be held in Bologna on 5-7 May: an essential event for all pet business people, dedicated to the needs of exhibitors and visitors; a meeting point of demand and offer and a chance for updates.

New products and all the shapes of water

Two beloved and long-standing projects will return to *Zoomark 2025*: *Pet Vision* and *Aqua Project*.

Pet Vision, the heart of the show, is the new products showcase: in 2023 the area displayed around 500 novelties, serving as a compass for distributors and retailers seeking future trends and generating value leads between exhibitors and distributors.

Aqua Project is the area dedicated to businesses in the aquarium and terrarium sector, which will host meetings and seminars as well as exhibition space in the 2025 show, providing visitors with plenty of new chances for updates.

The Hub of the Future: news for 2025

To meet the demands of exhibitors and visitors, BolognaFiere pavilions will host three new areas dedicated to specific sectors, representing the main innovations for the 21st edition.

Factory area will put the spotlight on all businesses in the manufacturing supply chain, which plays an increasingly central role in meeting the needs of a growing market: suppliers of raw and semifinished materials, equipment, packaging and services to the industry and to distributors. Companies operating in such market segments will be able to display their products in a dedicated area.

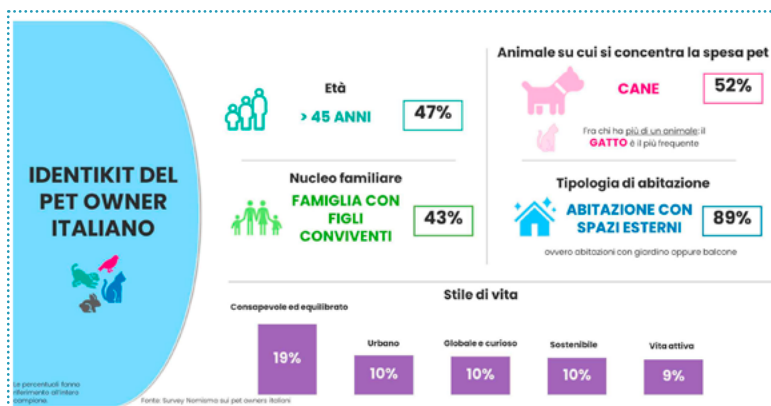


annui per il benessere e la cura dei propri animali d'affezione. Di questi, ben il 57% è destinato agli acquisti di alimenti mentre il 26% alle spese mediche veterinarie. Il restante 17% è quindi dedicato al settore accessori, fra cui spiccano 5 macro categorie: integratori e antiparassitari, lettieri per gatti, accessori (per la casa e il comfort, guinzaglieria e abbigliamento), prodotti per igiene e toelettatura e giocattoli.

L'indagine di Nomisma per Zoomark consente inoltre di delineare l'identikit del proprietario pet italiano: ha più di 45 anni (47% degli intervistati) e appartiene a un nucleo familiare con figli conviventi (il 43% del panel). Questo è quindi il pet parent tipo a cui produttori e negozianti dovranno rivolgersi.

E cosa guida principalmente le scelte di acquisto dei proprietari pet italiani? Secondo l'indagine Nomisma, soprattutto i gusti personali e il prezzo dei prodotti. Ma anche la sostenibilità è una componente sempre più rilevante, considerando che il 46% degli intervistati afferma che porrà maggiore attenzione a questi aspetti nei prossimi 2-3 anni.

Questo aspetto lancia quindi una sfida a tutto il comparto del non food, spingendo da un lato le aziende produttrici di accessori a proporre prodotti con un minore impatto ambientale e a prestare maggior attenzione alla sostenibilità sociale interna ed esterna e dall'altro ai retailer di puntare maggiormente sui prodotti green. (T.P.)



Iscriviti alla newsletter per rimanere aggiornato sulle numerose novità che Zoomark ha in serbo per te:

Join the newsletter to receive updates on Zoomark news:

<https://www.zoomark.it/media/newsletter/iscrizione-alla-newsletter/2882.html>

In a context where innovation, technology, and digitalization are increasingly important, *Zoomark 2025* will dedicate an entire area to companies that have emerged as leaders in technological advancements and start-ups offering hi-tech solutions for pets and pet owners. *Next 5.0* was an essential addition to the hub of the future: innovation and technology applied to the safety and health of pets.

Zoomark will also shine the light on a segment that is increasingly important in the pet market: the non-food sector. According to the survey carried out for *Zoomark* by Nomisma, Italian families spend 6.8 billion Euros every year.

For the first time, *Zoomark* will also highlight excellence in the world of pet fashion, design and beauty through the launch of *Atelier*, a premium space for top buyers, brands and businesses.

Pet owners purchasing habits: Nomisma survey available for brands and retailers

Zoomark is more than a show: it is a platform providing pet business people with an information database to understand the market, which also plays the role of business accelerator. That is how the partnership with Nomisma was born: the recent survey on the non-food market is the first step of a broader path leading to 2025 show.

The survey provides a preview on current and future trends as far as purchasing habits and preferences of Italian pet owners are concerned: vital information for companies to define their business strategies, but also for the business of retailers.

According to the survey carried out for *Zoomark* by Nomisma, Italian families spend 6.8 billion Euros every year. Of this, 57% goes on food and 26% on veterinary medical expenses. 17% of pet expenditure is dedicated to accessories, and particularly five main categories: supplements and anti-parasite products, cat litter, accessories (home and comfort, dog harnesses, leashes, collars, and clothing), hygiene and grooming products, and toys.

Nomisma's research for *Zoomark* builds an identikit of the typical Italian pet owner: on average, owners are over 45 years old (47% of survey participants) and belong to a family with children (43% of the panel). This is the typical target pet parent for manufacturers and retailers.

What is the main driver of the purchasing choices of Italian pet owners? According to Nomisma survey, mainly personal preferences and product prices. Sustainability is also an increasingly relevant factor, since 46% of interviewees stating they will place a greater emphasis on these aspects in the next 2-3 years.

This creates a challenge for the entire non-food segment, encouraging accessory manufacturers to create products with a smaller environmental footprint and to pay more attention to their internal and external social sustainability practices, while retailers should increasingly focus on green products.

