

“Un hub dinamico e innovativo per osservare e costruire il futuro”

Zoomark 2025 (Bologna, 5-7 maggio) si arricchisce con due nuovi spazi tematici, dedicati alla supply chain e all'eccellenza dell'artigianalità, dal fashion al food. Saranno riproposte le iniziative Pet Vision, Next 5.0 e Aqua Project. La superficie espositiva complessiva occuperà 78.000 mq. «Siamo “Bigger and Bolder”, più grandi e ambiziosi, grazie al crescente numero di espositori e all'ampliamento degli spazi espositivi ma anche alle attività per più visitatori e grandi buyer» ha dichiarato Pascale Sonvico, show office and sales manager.

di Davide Corrocher

Si avvicina l'edizione 2025 di Zoomark. Per la fiera internazionale, in calendario dal 5 al 7 maggio, il prossimo appuntamento potrebbe rappresentare un ulteriore punto di svolta. Reduce da un bilancio estremamente positivo, con oltre 1.000 espositori e circa 28mila visitatori (numeri mai registrati in precedenza), l'expo di BolognaFiere tornerà a sollevare il sipario in coda a un periodo fra i più sfidanti per tutto il mercato del pet food e del pet care. Eppure nel percorso di avvicinamento al salone, l'industria non ha mancato di dimostrare entusiasmo e fiducia facendo segnare un ulteriore aumento della domanda di iscrizioni rispetto al 2023. Il settore dimostra dunque di non aver perso la sua spinta propulsiva, nonostante l'ultimo anno si sia verificato un momentaneo rallentamento dei consumi. «Attualmente, circa l'80% degli spazi espositivi è già in fase di assegnazione e sono ancora molte le richieste di adesioni che riceviamo da aziende di tutto il mondo» ha commentato Pascale Sonvico, show office and sales manager di Zoomark. «I numeri ci rendono molto ottimisti e lasciano già presagire che possiamo puntare a superare i risultati da record ottenuti nel 2023. Infatti, dopo aver aggiunto il padiglione 28 al layout espositivo per dedicarlo alle aziende della filiera, abbiamo da poco annunciato anche l'apertura di un ulteriore padiglione, il 19, collocato vicino all'ingresso di Piazza Costituzione e perfettamente integrato nella nostra maglia espositiva. In totale, quindi, Zoomark 2025 interesserà nove padiglioni e coprirà una superficie di 78mila mq». Non solo. Un altro importante aspetto da segnalare è che la fiera del 2025 sarà più grande rispetto al



Pascale Sonvico, show office and sales manager di Zoomark

Foto di Alle Bonicalzi



LA SCHEDA



Dove / BolognaFiere – ingressi Piazza Costituzione e Nord

Quando / 5-7 maggio 2025

Orari di apertura / 9-18

Sito web / www.zoomark.it

Indirizzo mail / espositore@zoomark.it

visitatore@zoomark.it

Numero di telefono / 344.0404221 - 342.8490033

Superficie espositiva / 78.000 mq

Per maggiori informazioni sull'evento/



Per iscriversi alla newsletter /



passato non solo dal punto di vista dei numeri. Con il lancio di due nuove aree tematiche, la kermesse infatti darà ancora più spazio e rilevanza a tutta la filiera del pet food e del pet care (dalle materie prime al packaging e non solo) e al mondo della moda, del design e dell'artigianalità.

Partiamo proprio dal racconto delle aree speciali che arricchiranno e miglioreranno l'esperienza dei visitatori in fiera. Il programma di Zoomark 2025 da questo punto di vista presenta alcune conferme e anche diverse importanti novità rispetto alla precedente edizione. Cosa dobbiamo aspettarci da questo punto di vista?

«Tutte le aree tematiche che abbiamo previsto anticipano le ultime tendenze e innovazioni nel settore pet, per stimolare la lettura del mercato e favorire gli scambi commerciali. Il nuovo layout della fiera è stato studiato per rispondere all'esigenza d'incontro di espositori e visitatori e proporrà percorsi espositivi più coinvolgenti ed efficienti, per migliorare la fruibilità dell'evento. Ad esempio, Next 5.0 sarà lo spazio dedicato al pet-tech, un segmento in continua crescita, dove innovazione e tecnologia incontrano il benessere degli animali. Accanto alle start-up, accoglierà anche aziende affermate dal punto di vista tecnologico che presenteranno le soluzioni più avanzate per la salute, il benessere e la sicurezza».

E poi torneranno altri due cavalli di battaglia che in passato hanno contribuito

La mappa dell'evento



Saranno nove i padiglioni di BolognaFiere, che faranno da palcoscenico alla prossima edizione di Zoomark. «Attualmente, circa l'80% degli spazi espositivi è già in fase di assegnazione e sono ancora molte le richieste di adesioni che riceviamo da aziende di tutto il mondo. I numeri ci rendono molto ottimisti e lasciano già presagire che possiamo puntare a superare i risultati da record ottenuti nel 2023» afferma Pascale Sonvico.

al successo della fiera, Pet Vision e Aqua Project...

«Esattamente. Pet Vision metterà in vetrina le più interessanti novità, idee e future tendenze del settore per ispirare il mercato e che sarà completato dal concorso per le migliori innovazioni di prodotto. Aqua Project è l'area dedicata all'industria degli acquari e terrari, con spazi non solo di esposizione ma anche di formazione e coinvolgimento per gli operatori. Per rendere Zoomark ancora più stimolante e ricco di opportunità per tutti gli operatori del settore, infine, abbiamo progettato due nuove aree tematiche: Factory e Atelier».

Parliamo dell'area Factory: quali sono le ragioni che vi hanno spinto a dedicare più spazio alla parte alta della filiera?

«Nelle scorse edizioni, sempre più aziende appartenenti alla filiera produttiva, che svolgono un ruolo cruciale nell'innovazione del settore, hanno mostrato interesse per la fiera, partecipando anche con stand di dimensioni importanti. Per il 2025, a fronte di un numero considerevole di adesioni già raccolte negli scorsi mesi, abbiamo deciso di dedicare a questi espositori un progetto specifico. Factory consiste non solamente nella realizzazione di un'area specifica – il padiglione 28, appunto – ma si coniuga anche in attività di comunicazione e convegni dedicati a quello specifico settore e ai suoi operatori».

Factory sarà quindi un luogo in cui i fornitori di materie prime innovative, macchinari, packaging, servizi logistici e soluzioni

Il ciclo di webinar pre evento

Anche quest'anno, durante il percorso di avvicinamento alla fiera, Zoomark propone una serie di appuntamenti con alcuni protagonisti della filiera per approfondire diversi importanti temi di attualità.

È partito lo scorso ottobre il ciclo di webinar dedicato alla pet business community, che nei prossimi mesi tratterà la roadmap che porterà all'edizione numero 21 di Zoomark.

Questi incontri, realizzati in collaborazione con alcuni dei principali media partner di Zoomark, approfondiranno strategie, scenari e trend di mercato, affrontando i temi più rilevanti per l'industria pet.

Il primo webinar, dal titolo "Il pet packaging che invoglia, dosa, informa", si è svolto lo scorso 16 ottobre. Durante l'evento, moderato da Francesco Graffagnino di Pet B2B, Silvia Alberto (Gruppo Nasta Petfood) Vincenzo Francioso (Conad Pet Store), Antonio Cabras (Velvet S.r.l.) e Italo Vailati (Federazione Carta e Grafica/Assografici) hanno condiviso le loro opinioni, discutendo di marketing, sostenibilità e delle nuove regole degli imballi degli animali da compagnia.

per l'industria potranno interagire direttamente con produttori e distributori in un contesto dinamico in cui innovazione, sostenibilità e qualità saranno protagonisti. Corretto?

«Sì. E siccome la formazione è una vocazione chiave di Zoomark, nell'edizione 2025 anche l'area Factory giocherà un ruolo importante in questo senso. Sono in programma seminari, workshop e tavole rotonde che consentiranno alle aziende di condividere competenze e informazioni. Le sessioni formative copriranno una vasta gamma di argomenti, dagli ultimi trend in materia di ingredienti sostenibili alle innovazioni nella logistica e nelle tecnologie produttive, di conservazione e imballaggio».

L'altra area inedita che debutterà a Zoomark 2025 è stata ribattezzata Atelier, uno spazio dedicato a buyer, brand e aziende del mondo food, fashion, del design e del beauty. Che valore aggiunto offrirà questa sezione?

«Atelier è un'altra novità della 21esima edizione. Il nuovo spazio premium, che prenderà vita all'interno del Mall, è pensato per ospitare piccole ma interessanti realtà d'eccellenza dell'industria pet: dal cibo al fashion, dal design al beauty. Sarà un ambiente dedicato al benessere e al comfort degli animali da compagnia, a proposte e soluzioni di altissimo livello che più si distinguono per attenzione alla qualità e al dettaglio».

Insomma, Zoomark sarà "Bigger and Bolder", come recita il payoff lanciato in vista della prossima edizione assieme a una veste grafica inedita. Qual è il messaggio che volete comunicare agli espositori e ai visitatori con queste iniziative?

«Zoomark non è solo un'esposizione di prodotti, è molto di più. Di edizione in edizione cerchiamo di portare novità e rendere la fie-

ra più efficace per gli operatori del settore di tutto il mondo. Il 2025 segnerà un ulteriore, grande passo in avanti, con nuovi progetti e iniziative che ne faranno un hub dinamico e innovativo, il luogo ideale per osservare e costruire il futuro dell'industria del pet. Con la missione di mettere i pet al centro, come comunica la nuova identità visiva, che caratterizza tutta la campagna di comunicazione. E il payoff è una promessa: "Bigger and Bolder", ovvero più grandi e ambiziosi, grazie al crescente numero di espositori e all'ampliamento degli spazi espositivi ma anche alle attività pensate per accogliere e stimolare un maggior numero di visitatori e grandi buyer, così da creare imperdibili opportunità di networking e di crescita professionale per tutti i partecipanti».

Quali altri eventi, incontri e iniziative sono già stati inseriti nel palinsesto della fiera?

«Stiamo progettando un ricco calendario di eventi che fornirà interessanti oppor-

tunità di formazione e aggiornamento per espositori e visitatori. Un appuntamento sempre molto atteso da tutti i protagonisti del mercato italiano e internazionale sarà ovviamente la tradizionale presentazione del Rapporto Assalco-Zoomark durante la conferenza inaugurale, il primo giorno di fiera. Stiamo studiando una nuova formula per gli incontri dedicati alla distribuzione, con focus su mercati e regioni in rapida crescita, approfondimenti scientifici sull'alimentazione e la salute, seminari di marketing e tecniche di vendita e approfondimenti sulle nuove tecnologie applicate al settore. Stiamo anche sviluppando un evento speciale per gli operatori della toelettatura, con spettacoli, dimostrazioni e opportunità di approfondimento professionale, di cui sveleremo i dettagli prossimamente. Inoltre, diverse aziende espositrici ci hanno già comunicato che Zoomark sarà la location in cui organizzeranno le loro convention annuali o altri eventi aziendali, workshop e seminari, rendendo la loro partecipazione ancora più significativa e coinvolgente».

E per quanto riguarda le attività specifiche per i buyer italiani e internazionali?

«Abbiamo lanciato un inedito progetto, l'International Buyers Program, con l'obiettivo di garantire agli espositori la presenza in fiera di un numero crescente di top buyer provenienti dai principali mercati e da quelli emergenti, facilitando così l'incontro tra domanda e offerta e favorendo un dialogo diretto tra professionisti. Tramite una piattaforma di matchmaking, i buyer e le aziende potranno prepararsi alla fiera in anticipo e programmare e gestire autonomamente l'agenda degli appuntamenti. Quest'anno, anche grazie al prezioso supporto di ICE/ITA - Italian Trade Agency, ci attiveremo per selezionare importanti buyer internazionali che godranno di speciali pacchetti di benvenuto e ospitalità a Bologna durante i giorni di fiera. Naturalmente, il fulcro di tutte le



Le nuove aree tematiche che Zoomark proporrà l'anno prossimo per la prima volta sono state rinominate Factory e Atelier. La prima sarà un luogo in cui i fornitori di materie prime innovative, macchinari, packaging, servizi logistici e soluzioni per l'industria potranno interagire direttamente con produttori e distributori. La seconda è dedicata alle piccole ma interessanti realtà d'eccellenza dell'industria pet: dal cibo al fashion, dal design al beauty



OGNI PET È UNICO
 CERCA CIÒ CHE FA AL CASO TUO.



**NATURAL
 CODE®**

JOY AND COLOUR



attività rivolte ai buyer a Zoomark sarà la VIP & Buyers Lounge, punto di ritrovo e networking sempre molto apprezzato».

Nel frattempo prosegue la promozione di Zoomark alle principali fiere internazionali. Il tour, fitto di appuntamenti, sta per completarsi. Qual è il bilancio finora?

«Crediamo fermamente nella collaborazione fra eventi B2B per creare una rete di solidi partner internazionali al servizio della crescita dell'industria. Zoomark è presente a tutti i principali eventi internazionali del settore, con l'obiettivo di incontrare i protagonisti del mercato, lanciare nuovi progetti e attrarre sempre più espositori e visitatori a Bologna. Recentemente siamo stati negli USA, a Superzoo, e poi nel Regno Unito, al PATS, dove abbiamo anche consegnato a una fortunata retailer irlandese il nostro premio: un volo e soggiorno a Bologna in occasione di Zoomark 2025. Dopo la partecipazione a Pets Today in Grecia e all'India International Pet Trade Fair, siamo stati ospiti all'International Pet Conference di Bruxelles, dove si è parlato di innovazione, uno dei temi che sarà al centro del prossimo Zoomark».

E poi tra ottobre e novembre, gli ultimi grandi eventi asiatici...

«Esatto, prima Saudi Pet & Vet Expo dal 28 al 30 ottobre, a Riad in Arabia Saudita, subito seguita in calendario, da Pet Fair South East Asia di Bangkok (30 ottobre-1 novembre), con la presenza dell'Italy Pavilion by Zoomark partecipato da sette aziende d'eccellenza italiane. Ultima tappa del nostro tour autunnale sarà la Corea del Sud: a metà novembre parteciperemo a Megazoo per incontrare il mondo B2B del pet sudcoreano».

Queste iniziative vi permettono inoltre di avere un punto di vista privilegiato sul mercato internazionale. Come giudicate l'evoluzione del mercato pet?

«La pet economy è in buona salute, a dispetto del cambiamento di abitudini dei consumatori determinato dagli aumenti di prezzo. In Italia ci sono sempre più pet parent, gli animali sono parte della famiglia a cui dedicare attenzioni che si riflettono in una crescita del nostro settore distribuita un po' su tutti i segmenti. Dal nostro osservatorio privilegiato inquadriamo i trend e le dinamiche di mercato che caratterizzeranno il prossimo futuro e sicuramente si ritroveranno nei prodotti esposti nei padiglioni di Zoomark 2025. Innanzitutto, la sostenibilità: non è solo una moda ma si esprime in un'aspettativa fondamentale da parte dei proprietari dei pet. Cresce la richiesta di prodotti in linea con i loro valori ambientali ed etici, stimolando quindi la pet Industry verso l'adozione di buone pratiche. Ciò significa un'offerta ancora più green ed eco-friendly, dagli ingredienti fino agli imballaggi.

Altro driver è l'innovazione tecnologica, che sta trasformando il settore pet. Ad esempio, dall'integrazione di AI e IoT si stanno svilup-

Hotel & Travel

Come organizzare il viaggio e la permanenza a Bologna e le "esperienze fuori salone".



Grazie alla partnership con BolognaWelcome i partecipanti a Zoomark possono usufruire delle migliori opzioni di viaggio in treno e in aereo e ricercare le migliori sistemazioni alberghiere nel centro della città o in prossimità della fiera. Nella settimana di Zoomark 2025 sarà inoltre possibile arricchire la permanenza con una o più esperienze "fuori salone" immergendosi nella cultura locale con esperienze gastronomiche, visite guidate tra le bellezze storiche e una passeggiata lungo i famosi portici di Bologna, patrimonio dell'Unesco. Oppure decidere di scoprire l'Emilia-Romagna e i suoi paesaggi o vivere un'avventura nella Motor Valley, tra Ferrari, Lamborghini e Maserati.

Tutte le informazioni sul sito www.zoomark.it.

pando soluzioni basate sui dati per migliorare il benessere degli animali».

In che direzione si sta sviluppando il mercato dei prodotti di fascia alta, da sempre elemento propulsivo per la crescita del settore?

«Crescendo l'attenzione per la salute dei pet, continua ad aumentare la domanda di alimenti premium, supplementi e prodotti per la prevenzione. I brand stanno investendo in ricerca e sviluppo per rispondere sempre meglio a queste esigenze. Inoltre, c'è la spinta alla personalizzazione, alla quale sono sensibili soprattutto i consumatori appartenenti alla Gen Z e tecnologici. Dai piani nutrizionali agli accessori, le soluzioni su misura, capaci di rispecchiare il profilo unico di ciascun pet, seguono una tendenza in crescita. Questa domanda rispecchia soprattutto le scelte dei giovani proprietari che, sempre più esigenti in termini di qualità, richiedono elevata flessibilità produttiva alle aziende del nostro settore. Queste ultime, a loro volta, devono investire maggiormente nell'analisi del target, con focus sui dati che aiutino a comprendere meglio i consumatori finali».

Dunque ormai al termine di un anno come il 2024, particolarmente sfidante per le imprese italiane e non solo, tanto che ne hanno risentito anche le performance del mercato, cosa vi aspettate per i prossimi mesi?

«Per le imprese del settore pet il 2024 è un anno di transizione. Le performance record degli anni precedenti non potevano durare all'infinito, l'industria ne è in gran parte consapevole. È il momento di puntare su nuove opportunità, capaci di soddisfare una domanda sempre più esigente e informata ma forse un po' meno propensa alla spesa. Zoomark, nel suo ruolo di fiera, mette a disposizione delle aziende indicazioni preziose sulle direzioni da prendere per continuare a crescere in un contesto

dinamico e competitivo. Un ruolo importante, a supporto di imprese che dimostrano grande capacità di adattamento alle condizioni di mercato. Esserci da protagonisti in un evento internazionale come Zoomark diventa quindi ancora più cruciale in una situazione sfidante come quella attuale».

Nuove opportunità, nuovi prodotti, nuova veste, nuovi protagonisti: il leit motiv che guiderà lo svolgimento di Zoomark 2025 è evidente. A questo proposito, c'è una novità, una chicca per la prossima edizione che ancora non è stata presentata e che possiamo anticipare?

«Una novità che stiamo studiando per favorire la visita a Zoomark 2025 è l'introduzione di percorsi tematici, progettati per semplificare e massimizzare l'esperienza in fiera fornendo un'utile guida alla scoperta di aziende e prodotti in tutti i padiglioni. Sarà uno strumento utile in particolare per i negozianti, i distributori e gli importatori alla ricerca di nuove opportunità e ispirazione per rendere la propria attività imprenditoriale unica. I percorsi, insieme alla riorganizzazione del layout espositivo, favoriranno la distribuzione del flusso di visita e ottimizzeranno lo svolgimento dell'evento. Stiamo inoltre mettendo a punto un nuovo format di eventi live in fiera, che avranno come protagonisti i principali attori del mercato, con lo scopo di generare idee e favorire il confronto e lo scambio di opinioni. Ai convegni su temi prettamente legati al business e alla salute animale si affiancheranno attività e appuntamenti che prevedono il coinvolgimento dei partecipanti in dimostrazioni e show. È ancora presto per fornire dettagli ma l'obiettivo è quello di creare una community in cui tutti gli operatori e opinion leader dell'industria possano dialogare, ispirando trasformazione e stimolando il confronto e la crescita».

