

Dossier Industria & Distribuzione

Salone da record con 1.300 espositori (+23%)

Nel tempo la rassegna è cresciuta costantemente fino a diventare un punto di riferimento in Europa per l'intero settore

Marca by BolognaFiere

Il 15 e il 16 gennaio

Natascia Ronchetti

Continua a crescere, consolidandosi in Europa come un evento capace di attrarre le principali insegne della grande distribuzione organizzata. E ormai aspira a diventare un punto di riferimento internazionale per il mondo Mdd. Con la 21esima edizione, Marca by BolognaFiere, unica manifestazione fieristica in Italia dedicata al private label, fa un ulteriore salto di qualità, con 1.300 espositori – pari a un incremento del 23% rispetto al 2024 -, su una superficie espositiva di 35mila metri quadrati per nove padiglioni. «Il format piace molto perché è semplice e la crescita, considerevole, è anche il frutto di questa considerazione», dice Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere.

«Ci sono gli spazi e le condizioni per una ulteriore espansione a livello mondiale – prosegue Calzolari -. Per ora Marca riflette il posizionamento del food italiano, che è molto radicato in Europa, mercato immediatamente seguito dagli Usa». Nel futuro ci sono due scommesse: la prima edizione polacca di Marca (con 200 espositori, a Poznan il 2 e il 3 aprile prossimi, promossa dalla società fieristica bolognese insieme a Mtp Grupa, per aprire nuovi varchi nell'Est Europa alle aziende italiane) e la quarta di Marca China International Private Label Fair (25-26 settembre 2025). Quest'ultima – a fronte della politica autarchica varata da Pechino – sta diventando anche una sfida. «Ma esserci è una opportunità per tanti gruppi italiani che sono già presenti in Cina: il prestigio del food italiano dà una mano a superare le difficoltà – osserva Calzolari -. Quanto alla Polonia sta crescendo sensibilmente: l'interesse è molto forte, parliamo di un mercato che offre numerose potenzialità».

Il salone emiliano si presenta quest'anno con una novità: la International Buyers Preview del 14 gen-

naio – che anticipa la due giorni del 15 e del 16 – destinata esclusivamente agli incontri B2b tra espositori e buyer della Gdo internazionale. Una svolta per stringere nuove relazioni internazionali – sono attesi oltre 300 operatori – grazie alla partnership con Ice Agenzia (in particolare Ice Chicago) che porta a Bologna alcune delle più importanti insegne della moderna distribuzione americana, da The Fresh Market a Sprouts. Insieme a loro retailer come Coop Estonia, la tedesca Edeka, la francese Picard e altre aziende dal Canada, dal Giappone, dalla Turchia, dalla Slovacchia. Il salone si riconferma trampolino di lancio dei prodotti novità, con l'International Private Label Selection-Ipls, promosso in collaborazione con Expertise On Field-Iplc. Ne saranno presentati oltre 450 da parte delle 180 aziende che hanno aderito all'iniziativa, sia durante la preview sia nei due giorni dell'evento. Come sempre saranno due le sezioni espositive presenti al salone, quella dedicata al food, con una panoramica della ormai vastissima proposta private label della Gdo, e quella non food, tra prodotti per la cura della casa e della persona e per il bricolage. Confermate Marca Fresh e Marca Tech. La prima, arrivata alla quinta edizione, mette in mostra il settore del fresco e del freschissimo. Marca Tech, che compie undici anni, è invece dedicata a tutto ciò che ruota intorno alla supply chain, dal packaging alla logistica, dalle nuove tecnologie ai servizi.

Ancora una volta sono previsti convegni per l'alta formazione, a partire da quello inaugurale (il 15 nella Gallery Hall dei padiglioni 21 e 22), organizzato da Adm e da The European House Ambrosetti, seguito nel pomeriggio da una tavola rotonda sul packaging. Nella seconda giornata sarà la volta della presentazione del XXI rapporto Marca (a cura di Circana, sempre in collaborazione con BolognaFiere) e di un convegno su come le diverse strategie di acquisto influenzano le tendenze del non food: un incontro durante il quale saranno illustrati gli ultimi dati sul mercato del non food.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Tra gli stand.
A sinistra e in alto immagini dell'edizione 2024 di Marca by Bologna-Fiere. Quest'anno l'appuntamento è per il 15 e 16 gennaio nel polo espositivo emiliano. A destra, una consumatrice in un supermercato, dove avanza la quota dei prodotti private label

