

DS6901 FOCUS DS6901

CONSUMI

IL COLLOQUIO

Calzolari: “La sfida è la sostenibilità”

Sulla scia dell'ottima performance della marca del distributore, cresce anche il successo di Marca, la fiera del settore che quest'anno durerà tre giorni dal 14 al 16 gennaio. A spiegarlo è il presidente di Bologna Fiere

Anche nel 2024 la marca del distributore ha visto crescere le proprie vendite e la propria incidenza sul fatturato complessivo della distribuzione moderna. La sua importanza va però ben oltre i numeri, perché rappresenta uno strumento strategico per le insegne: consente di dare risposte efficaci alle difficoltà delle famiglie e le mette in rapporto diretto con le realtà produttive dell'agroalimentare.

«Come ogni anno siamo pronti ad aprire le danze. Marca è il primo evento in calendario per la distribuzione moderna, ma è anche quello che riesce ad assecondare meglio i trend in atto nel settore. Mettiamo in contatto in modo semplice e diretto tutte le insegne più importanti con le moltissime realtà produttive che ambiscono a lavorare con la grande distribuzione», afferma Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere.

Il successo è testimoniato dall'inserimento di una giornata in più rispetto alle edizioni passate e dall'esportazione del formato in altri Paesi. Le porte della fiera si apriranno martedì 14 gennaio (nel quartiere espositivo bolognese) per dare spazio agli incontri B2B tra espositori e buyer della Gdo internazionale. Grazie alla partnership con Ice Agenzia saranno presenti alcune delle più importanti realtà della distribuzione americana tra cui H-E-B, The Fresh Mar-

ket, Hy-Vee, Sprouts, Rouses Markets, Schnuck Markets. Nel padiglione 28 sarà poi allestito il China Pavillion, che vedrà la presenza di 60 aziende specializzate nel non food. Parteciperanno infine importanti insegne come Coop Estonia, la tedesca Edeka, la francese Picard, insieme ad altri nominativi di rilievo come Italiamo Distribution per la Slovacchia, Aurora Importing per il Canada, Arcane per il Giappone e Lami per la Turchia. «L'iniziativa - prosegue Calzolari - offrirà agli espositori la possibilità di dialogare con buyer selezionati e qualificati per avviare nuove relazioni e sviluppare partnership commerciali sui mercati esteri. L'International buyers preview è stata accolta con grande entusiasmo sia da parte degli espositori iscritti, sia dai buyer esteri, con il doppio delle delegazioni presenti (sono oltre 300 i buyer confermati)». Sempre sul fronte dell'internazionalizzazione, BolognaFiere lancia la prima edizione di Marca in Polonia (2 e 3 aprile a Poznań) e la quarta in Cina, fissata per il 25-26 settembre a Guangzhou.

L'edizione bolognese sarà la 21ma, nonché la più grande di sempre con 1.300 aziende presenti (+23% sul 2024) su un'area espositiva di 35.000 mq (+26%) suddivisa in nove padiglioni (+2). Oltre alle tradizionali aree riservate al food e al non food, la fiera ospiterà la quinta edizione di Marca Fresh, in

collaborazione con SGMarketing che, grazie ai suoi 60 espositori, darà spazio al settore del fresco e freschissimo in ortofrutta. Packaging, logistica, materie prime, ingredienti (da cancellare), tecnologia e servizi saranno invece protagonisti dell'undicesima edizione Marca Tech, che porterà in vetrina i beni intermedi per la supply chain della Mdd, presentando a produttori e retailer le ultime tendenze per innovare e operare in modo sostenibile, grazie alle oltre 100 aziende espositrici.

«Oggi la sfida più importante è rappresentata dall'adeguamento alle disposizioni previste dall'Unione Europea in tema di sostenibilità, declinata nei suoi tre componenti, sociale, ambientale ed economico. Si tratta di una sfida che coinvolge sia le catene distributive che l'agricoltura e l'industria. Marca ha da tempo fatto proprio questo tema».

Le problematiche verranno affrontate in numerose occasioni, fra cui spiccano l'appuntamento “Dal bilancio di sostenibilità ai



green claims”, organizzato da Az-zeroCO2 nella giornata di giovedì 16, e il workshop di GSI Italy Servizi (da cancellare) sulle soluzioni digitali per misurare e comunicare la sostenibilità in un’ottica B2B2C. I quattro grandi (da sostituire con “Due grandi”) appuntamenti istituzionali di Marca 2025 sono invece fissati per mercoledì 15 con il convegno inaugurale organizzato da Adm, l’Associazione distribuzione moderna con cui BolognaFiere ha di recente rinnovato la partnership strategica per Marca fino al 2031, e The European House Ambrosetti, a cui seguirà nel pomeriggio la tavola rotonda sul packaging organizzata da Marca e Adm.

Nella seconda giornata di manifestazione verrà presentato il XXI Rapporto Marca a cura di Circana e si terrà l’incontro “Dimmi che età hai e ti dirò come compri! Come le diverse strategie di acquisto influenzano i trend del non food”, durante il quale saranno presentati i dati dell’Osservatorio Non Food di GSI Italy. – m.fr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

DS6901 **1.300** DS6901

Sono le imprese presenti alla 21ma edizione della fiera bolognese

26%

La superficie espositiva è cresciuta del 26% fino a 35.000 mq in 9 padiglioni



IPROTAGONISTI



GIANPIERO CALZOLARI

Il presidente di Bologna Fiere: “Marca è il primo evento in calendario, ma è anche quello che riesce ad assecondare meglio i trend in atto nel settore”



FOCUS

L'ULTIMA EDIZIONE DI MARCA È STATA QUELLA DEI RECORD

L’edizione dell’anno scorso di Marca si è chiusa con il record di sempre di visitatori: sono stati, infatti, ben oltre i ventimila, con una crescita del 18 per cento rispetto all’anno precedente. Il balzo dei visitatori è stato anche accompagnato da quello degli espositori, che sono stati 1.100, e della superficie netta espositiva (+26 per cento a 26.000 metri quadri). Gli “incontri business” tra i 250 buyer stranieri e le aziende espositrici sono stati 2.400.