

OLTRE 1.300 ESPOSITORI A BOLOGNAFIERE IN 9 PADIGLIONI
CRESCITA SENZA PRECEDENTI PER LA MANIFESTAZIONE CHE FARÀ TAPPA ANCHE IN POLONIA E CINA

Vetrina internazionale per la grande distribuzione

Ventiquattro insegne e 450 nuovi prodotti nell'ambito dell'International Private Label Selection
Due macro-aree dedicate a Food e Non Food, presenti centinaia di buyers

Marca by BolognaFiere

Crescita senza precedenti: 1.300 espositori in 9 padiglioni

In vetrina 24 insegne della grande distribuzione organizzata, due macro-aree espositive
Oltre 450 nuovi prodotti nell'ambito dell'International Private Label Selection



Gli articoli di primo prezzo si distinguono per dinamismo, seguiti dalle linee premium e funzionale



L'esposizione verrà riproposta in altre iniziative internazionali in Cina e Polonia

di **Alice Pavarotti**

Marca by BolognaFiere inaugura un'edizione straordinaria per il suo ventunesimo anniversario, confermandosi come il principale evento italiano dedicato alla Marca del Distributore (Mdd) e l'unico in Europa a coinvolgere le principali insegne della distribuzione moderna. La manifestazione, che si terrà oggi e domani, sarà caratterizzata da una crescita senza precedenti: saranno presenti 1.300 espositori (+23% rispetto al 2024), distribuiti su 35.000 metri cubi di area espositiva (+26%) in 9 padiglioni (+2), insieme a 24 insegne della grande distribuzione organizzata.

L'edizione di quest'anno vedrà inoltre la presentazione di oltre 450 nuovi prodotti nell'ambito dell'International Private Label Selection (IPLS). Questi numeri, uniti agli ottimi risultati ottenuti nelle venti precedenti edizioni della fiera, hanno reso strutturale la collaborazione tra Marca e Adm (Associazione Distribuzione Moderna): la partnership stra-

tegica sulla rassegna espositiva è stata infatti rinnovata fino al 2031, e la proprietà del marchio è stata condivisa; dall'edizione 2026, infatti, si chiamerà Marca by BolognaFiere e Adm. Il successo crescente della Mdd è confermato dai dati Circana, partner di BolognaFiere, che evidenziano un incremento del 2,4% del valore della marca privata nei primi 11 mesi del 2024, per un totale di circa 26,6 miliardi di euro di ricavi e una quota di mercato del 30%.

Anche i volumi registrano una crescita del 3,3%, con performance positive nei reparti merceologici delle Carni (+0,6%), del Cura Casa (+0,5%), del Fresco (+0,4%) e della Drogheria Alimentare (+0,3%). Al contrario, i comparti del Freddo e delle Bevande mantengono una quota stabile.

Tra le linee di offerta, i prodotti di Primo Prezzo si distinguono per dinamismo, seguiti dalle linee Premium e Funzionale, mentre si nota un rallentamento della crescita per le linee Bio/Eco. L'assortimento Mdd raggiunge il 17,1% a novembre 2024, con

un incremento di 0,5 punti rispetto all'anno precedente.

La manifestazione sarà suddivisa in macro-aree espositive Food e Non Food.

La prima accoglierà il meglio delle proposte Made in Italy e internazionali: dai prodotti da forno ai lattiero-caseari, passando per carni, salumi, pesce, condimenti, snack e surgelati. Il comparto Non Food si concentrerà sulla cura della casa, della persona e sul fai-da-te, con particolare attenzione all'efficienza e alla sostenibilità.

Le aree tematiche Marca Fresh e Marca Tech tornano con le rispettive formule di successo: la prima, organizzata in collaborazione con SGMarketing, metterà in dialogo 60 espositori del



settore fresco e freschissimo con la GDO; la seconda, alla sua undicesima edizione, presenterà oltre 100 aziende impegnate nel miglioramento sostenibile della supply chain, includendo soluzioni innovative di packaging, logistica e tecnologia. Tra le iniziative più attese spicca l'International Private Label Selection (IPLS), realizzato in collaborazione con Expertise On Field - IPLC, che metterà in mostra oltre 450 prodotti di nuova generazione all'interno dell'IPLS Manufacturers' Innovation Expo.

I prodotti, presentati in anteprima ieri ai buyer internazionali, saranno mostrati ai visitatori in questi due giorni di fiera, e l'esposizione verrà riproposta in

occasione di altre iniziative internazionali organizzate da Marca by BolognaFiere, a partire da Marca China (25-26 settembre 2025) e la nuova Marca Poland, che debutterà il 2 e 3 aprile a Poznan con oltre 200 espositori e 250 buyer.

Marca punta infatti su innovative strategie di internazionalizzazione: la giornata di ieri è stata destinata agli incontri tra espositori e buyer della gdo internazionale, per avviare nuove relazioni e sviluppare partnership commerciali sui mercati esteri. Proposta accolta con entusiasmo, con oltre 300 buyer presenti, e grazie alla partnership con Ice Agenzia e in particolare con Ice Chicago, Marca by BolognaFie-

re ha selezionato alcune delle più influenti realtà dalla distribuzione americana tra cui H-E-B, The Fresh Market, Hy-Vee, Sprouts, Rouses Markets, Schnuck Markets. A questi si aggiungono il China Pavillion al Pad 28 dedicato alla «quality in China» con 60 aziende del non food, e altri importantissimi retailer come Coop Estonia, la tedesca Edeka, la francese Picard, e molti altri. Una fiera all'insegna della qualità e dell'internazionalizzazione dunque, e gli appuntamenti di Marca Talks completeranno il programma con incontri di alto livello dedicati alle tendenze del settore.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IN PILLOLE



Dalle carni alle bevande

Volumi in crescita

Anche i volumi registrano una crescita del 3,3%, con performance positive nei reparti merceologici delle carni (+0,6%), del cura casa (+0,5%), del fresco (+0,4%) e della drogheria alimentare (+0,3%). Al contrario, i comparti del freddo e delle bevande mantengono una quota stabile



L'edizione 2025 di Marca by BolognaFiere si annuncia ricca di spunti