

# Marca: è record di visitatori «Noi, la risposta all'inflazione»

Oltre 23mila presenze alla fiera della distribuzione a marchio. «Trecento buyers internazionali»



**Lusetti, presidente Conad: «Nel 2024 registrato un fatturato di 6,3 miliardi e puntiamo a replicare anche quest'anno»**

di **Alice Pavarotti**  
BOLOGNA

La ventunesima edizione di Marca by BolognaFiere, l'unica fiera italiana della distribuzione a marchio, ha registrato numeri più elevati di sempre, anche in termini di visitatori presenti. Seguendo il trend di crescita già confermato prima dell'inizio - 1.300 espositori (+23% rispetto al 2024), distribuiti su 35.000 mq di area espositiva (+26%) in 9 padiglioni (+2), insieme a 24 insegne della grande distribuzione organizzata - anche il numero di visitatori è aumentato del 14% rispetto al 2024, raggiungendo le oltre 23.000 presenze. I dati si pongono in continuità con la crescita dei prodotti a marchio che, sottolinea il presidente di Adm e Conad Mauro Lusetti, «sono gli

strumenti attraverso cui la distribuzione contrasta l'aumento dei prezzi inflattivi». Nel 2024 sono cresciuti più a quantità che a valore, dunque una parte importante della crescita inflattiva è stata assorbita e riversata sui prezzi di vendita, per favorire i consumatori. «Nel 2024 abbiamo registrato 6,3 miliardi di fatturato - spiega Lusetti in qualità di presidente Conad -, +4,7% a valore rispetto al 2023, con un andamento doppio rispetto alla crescita del mercato nazionale sullo stesso segmento di prodotti. Siamo quindi particolarmente soddisfatti dei risultati dell'anno, che immaginiamo di replicare anche nel 2025: questo è il frutto di un lavoro costante di ricerca, selezione e investimenti in innovazione».

Quest'edizione di Marca ha evidenziato una prospettiva sempre più internazionale. «Trecento buyers internazionali hanno partecipato alla giornata di martedì, interamente dedicata ad incontri B2B tra aziende espositrici e acquirenti stranieri. Oltre a ciò, ne sono stati registrati altri 770 nel corso della due giorni, per un totale di oltre mille buyers internazionali presenti in Fiera» dichiara Antonella Maietta, Exhibi-

tion Manager di BolognaFiere. Pur rimanendo una fiera prevalentemente dedicata al cibo, quest'anno a Marca ha ampliato anche lo spazio del non food. Al suo interno si pone l'Osservatorio Non Food di GS1 Italy, il più completo studio annuale sull'universo del non food in Italia, che descrive l'andamento di 13 comparti merceologici non alimentari (abbigliamento, elettronica, arredamento, bricolage, giocattoli e molti altri). Una loro ricerca, condotta da Metrica Ricerche, ha indagato il processo di acquisto di quattro generazioni di consumatori - baby boomer (nati tra il 1946 e il 1964), generazione X (tra il 1964 e il 1980), Millennial (nati tra il 1981 e il 1996) e Gen Z (nati dopo il 1997) - su otto categorie di prodotti, evidenziando le maggiori differenze comportamentali nelle fasi di consumo, anche in termini di sostenibilità. «Se la Gen Z preferisce noleggiare o condividere prodotti del mondo dell'elettronica e del bricolage, le generazioni più mature acquistano articoli di qualità più elevata, che hanno una durata di vita media più ampia» conclude Samanta Correale, Non food Business Intelligence Senior Manager GS1 Italy.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sopra, gli interni di Marca a BolognaFiere. Sotto, il presidente di Adm e Conad Mauro Lusetti

