

Dossier Industria & Distribuzione

Al salone del settore più espositori e spazi

Marca by BolognaFiere

Al via il 16 e 17 gennaio

Natascia Ronchetti

Ormai saldamente collocata al secondo posto in Europa per rilevanza internazionale, Marca by BolognaFiere apre il 16 e il 17 gennaio il calendario fieristico annuale dedicato al mondo del private label della moderna distribuzione organizzata. E lo fa sfruttando ancora una volta il vantaggio competitivo che le deriva dall'essere il primo salone dell'anno dedicato al settore. Un vantaggio che, in occasione della ventesima edizione nel quartiere fieristico del capoluogo emiliano, si traduce anche quest'anno in una ulteriore spinta alla crescita, con oltre mille espositori su una superficie di 26 mila metri quadrati – un quinto in più rispetto al 2023 – e la partecipazione delle principali insegne della grande distribuzione, da Carrefour a Conad, da Coop a Crai, Despar, Cortilia, Vegè, Decò, solo per citarne alcune. Per questa edizione da record il salone, con il consueto format ristretto – una due giorni densa di incontri e convegni –, si presenta con numeri che confermano l'espansione dei prodotti a marca del distributore, sia nel tradizionale segmento food che in quello della cura della casa e della persona.

«La difficile congiuntura economica ha posto le condizioni di un balzo del fatturato dovuto all'inflazione con un aumento della quota di mercato che adesso ci avvicina ai parametri europei – dice Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere -. Il successo della formula che proponiamo è confermato dall'aumento della superficie espositiva occupata. Ci sono le premesse per aspettarci la presenza di un nutrito numero di buyer e per prevedere un ulteriore sviluppo della

manifestazione, che ha dimensioni sempre più internazionali». Grazie anche alla collaborazione con Ice-Agenzia, infatti, sono attesi operatori da tutto il mondo, tra Sudamerica, Europa Occidentale e Orientale, Usa e Giappone, per un salone fortemente vocato al business che riflette il buon andamento del mercato e che si interroga anche sulle innovazioni al servizio della supply chain.

«Marca quest'anno sarà pure l'occasione per una riflessione sul packaging sostenibile, un tema di grande attualità», prosegue Calzolari. Se ne parlerà a Marca Tech, l'hub espositivo (che con questa edizione compie dieci anni) dedicato a packaging, logistica, materie prime, tecnologia e servizi per la moderna distribuzione organizzata, puntando sulle nuove tendenze di consumo e sulla qualità.

Tra le formule confermate nella ventesima edizione c'è anche Marca Fresh, appuntamento per i prodotti freschi e freschissimi con alcune tra le più importanti aziende specializzate e un programma di convegni dedicati alle innovazioni del comparto e alla sostenibilità. Riconfermata anche la International private label selection, area espositiva rivolta ai prodotti novità delle aziende, suddivisi in base ai cinque megatrend che si stanno imponendo negli ultimi anni. Si va dall'area per il benessere e la salute ai prodotti free from, da quelli biologici – il segmento dove la marca commerciale sta marciando più velocemente, avvicinandosi quasi alla metà delle vendite totali – a quelli vegani e vegetariani. Per arrivare ai prodotti pronti al consumo. Anche quest'anno il grande protagonista di Marca è il comparto food, con più di 800 aziende che presentano le ultime novità. Ma cresce anche il non food, con 250 espositori e spazi in aumento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IMAGOECONOMICA
Presidente. Gianpiero Calzolari



Superficie 17 %