

FOCUS CONSUMI

L'APPUNTAMENTO

“Marca, sostenibilità nel core business”

BolognaFiere, fresca di debutto in Borsa, ospita domani e mercoledì la ventesima edizione dell'evento con oltre 1.100 espositori italiani e stranieri

Il presidente Calzolari: “Un palcoscenico per piccole e medie imprese con l'ambizione di esportare i prodotti”

La fiera Marca di quest'anno, giunta ormai alla 20ma edizione, si apre in un contesto molto particolare. Da un lato ci sono i consumi in crisi, soprattutto quelli alimentari, dall'altro spicca la forza della marca del distributore che, grazie alle sue caratteristiche che coniugano qualità e prezzi contenuti, è stata scelta dalle famiglie come soluzione per far fronte al calo del potere di acquisto. «Da sempre Marca è il primo appuntamento dell'anno per gli operatori del settore e la sua importanza cresce ulteriormente quest'anno, tenuto conto del momento particolare che sta attraversando la distribuzione moderna - spiega Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere, l'ente fieristico che organizza la manifestazione che si terrà dal 16 al 17 gennaio nel capoluogo emiliano - Crescendo anno dopo anno, siamo diventati l'appuntamento di riferimento e il segreto di questo successo sta tutto nella semplicità della formula: ci si incontra per due giorni per fare affari. Saranno infatti presenti più di 1100 espositori, di cui 800 concentrati nel comparto food e i restanti in quelli del cura casa e cura persona. Alla fiera parteciperanno tutte le insegne italiane e molti buyer stranieri grazie alla stretta collaborazione che abbiamo instaurato con Ices».

Organizzata in collaborazione con Adm-Associazione Distribuzione Moderna, gli stand di Marca saranno distribuiti in sette padiglioni su 26.000 metri quadrati di superficie netta,

con un aumento del 26% rispetto all'anno scorso. Anche per l'edizione che sta per aprire sono stati confermati i due format Marca Fresh e Marca Tech. Marca Fresh, che è realizzata in collaborazione con SgMarketing e può contare sulla presenza di importanti aziende specializzate nel settore dei prodotti freschi e freschissimi, proporrà un ricco programma di convegni dedicati alle innovazioni del comparto e alla sostenibilità. Marca Tech è invece l'hub espositivo dedicato a packaging, logistica, materie prime, ingredienti, tecnologia e servizi per la distribuzione moderna organizzata. Festeggerà i suoi primi dieci anni e sarà il palcoscenico per affrontare, con un approccio innovativo e sostenibile, i topic riconducibili alla supply chain dei prodotti a marchio del distributore.

Quest'anno verrà anche rinnovata l'International private label selection (Ipls), l'area espositiva dedicata ai prodotti novità delle aziende, raggruppati secondo cinque megatrend di settore indicati da Expertise On Field-Iplc. Un percorso tra i prodotti made in Italy: da quelli per il benessere e la salute a quelli bio, passando per le confezioni a basso spreco, costo e impatto ambientale. «Marca Fresh e Marca Tech sono il core business della fiera - prosegue Calzolari - In particolar modo ci soffermeremo sulla sostenibilità, che non è più un plus ma un criterio di accesso. Marca sarà poi un importante momento di confronto con l'Unione Europea per tutte le novità normative che riguardano l'agroalimentare. Non

da ultimo sarà un palcoscenico per tutte quelle piccole e medie imprese che hanno l'ambizione di esportare i propri prodotti ma hanno difficoltà a partecipare a fiere all'estero».

Marca arriva a poche settimane da un altro importante appuntamento per Bologna Fiere, il debutto a Piazza Affari. Il 20 dicembre scorso le sue azioni hanno iniziato ad essere scambiate sul Euronext Growth Milan - segmento professionale di Borsa Italiana. Nell'ambito dell'operazione è stata effettuata una raccolta complessiva di 15 milioni di euro attraverso un aumento di capitale in opzione ed il successivo collocamento della parte inoperta, ad un prezzo per azione di 1,25 euro e con una valorizzazione complessiva pari a 243 milioni. «Il progetto di sbarcare in Borsa esisteva da molto tempo, ma per diversi motivi non era mai stato portato a termine - racconta il Calzolari - Questa volta, invece, avuto il via libera dei soci, siamo arrivati a Piazza Affari in tempi molto brevi. Il collocamento ha avuto un grande successo e, proprio per questo motivo, stiamo pensando di riaprire con una nuova emissione per dare soddisfazio-



Superficie 43 %

ne a tutti quelli che ci hanno chiesto di investire ma non sono riusciti a farlo. Adesso abbiamo 40 milioni di equity per realizzare quanto previsto dal piano industriale».

Forte della quotazione in Borsa, BolognaFiere intende ora giocare un ruolo attivo nel processo di consolidamento del settore fieristico italiano, dove la presenza di piccoli operatori è molto più diffusa rispetto ad altri importanti mercati europei. «Una progressiva concentrazione delle società fieristiche è inevitabile - conclude il presidente di BolognaFiere - La dimensione è un fattore rilevante e noi ci stiamo giocando le nostre carte con molta dinamicità. Stiamo portando nel nostro quartiere diverse manifestazioni grazie agli spazi e alle soluzioni logistiche che siamo in grado di offrire. L'altro grande pilastro della nostra strategia di crescita sono le fiere che organizziamo in altri Paesi. Cosmoprof è stata la nostra ammiraglia nel mondo e seguendo il suo modello di espansione all'estero intendiamo esportare altri eventi, a partire per esempio da Zoomark e Marca». - m.f.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

06901



GIANPIERO CALZOLARI

Presidente di BolognaFiere
"Il segreto del successo di Marca è tutto nella formula semplice: ci si incontra due giorni per fare affari"