

# Vent'anni di Marca

## L'edizione dei record

### «Ora siamo la culla dell'agroalimentare»

Ecco oltre 1.100 espositori e 24 insegne della grande distribuzione Calzolari di BolognaFiere: manifestazione di livello internazionale «Più spazi e nuovi buyer esteri, focus su inflazione e sostenibilità»

**È un appuntamento molto agile in termini di tempo e costi Qui in due giorni si fa vero business**

**Il 2024 sarà l'anno della piena ripresa dopo le difficoltà che ha provocato la pandemia da Covid**

di **Alessandro Caporaletti**  
BOLOGNA

**Vent'anni di Marca. Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere, sotto quale cielo - tra aspettative e prospettive - oggi debutta l'edizione 2024?**

«Sarà l'edizione più importante di questi vent'anni. Abbiamo aumentato in modo significativo il numero degli espositori, superando abbondantemente i mille (oltre 1.100). Marca si caratterizza sempre più come manifestazione fieristica di primo piano e inoltre quest'anno c'è un'attenzione particolare non soltanto alle catene italiane, ma anche ai buyer europei e internazionali (sono 250 in arrivo da trenta Paesi). Insomma, possiamo dire senza tema di smentita che ormai Marca è una delle manifestazioni del settore agroalimentare più importanti del calendario fieristico internazionale».

**Dalle parole ai numeri. Quali sono le dimensioni dell'evento e quali le novità dell'edizione del ventennale?**

«Partiamo dalla superficie espositiva: 26mila metri quadrati netti distribuiti in sette padiglioni, l'aumento rispetto all'anno scorso è del 26%. Aggiungo che stiamo ricevendo moltissime richieste e dunque prevediamo una mole di visitatori assolutamente

rilevante. L'80% degli oltre 1.100 espositori (circa 800 aziende) è ovviamente concentrato nel settore del food, ma anche il non food si conferma come segmento di grande interesse, avremo circa 200 espositori (20%). E in quest'area si amplia il paniere dei prodotti per la cura della casa, della persona e il fai date/brico con particolare attenzione ai temi dell'efficienza e della sostenibilità, anche perché sappiamo che il prodotto a marca del distributore in questi anni ha conquistato una dimensione rilevante nello scaffale».

**Le novità?**

«Innanzitutto una buona presenza delle aziende del biologico, molte delle quali a dimensioni piuttosto contenute, quindi legate al ciclo produttivo delle grandi catene. Poi la convegnistica calata sulla stretta attualità, in particolare sui temi dell'inflazione (e sulle conseguenze sul carrello della spesa) e della sostenibilità, che è l'altra grande questione di questi anni. Il mondo agricolo e dell'industria agroalimentare si sta interrogando sulle strategie per contenere il cambiamento climatico, che ha impatti nefasti sul pianeta».

**Come è cambiata Marca in vent'anni e quali sono gli obiettivi in termini di svilup-**

**po?**

«L'obiettivo è di avere una presenza compiuta delle principali insegne della distribuzione moderna organizzata. Rispetto alle prime edizioni, oggi abbiamo quasi tutti i marchi della grande distribuzione ed è già un ottimo risultato. Marca ha due caratteristiche importanti, in primis il calendario. È la prima fiera dell'anno nel settore e dunque l'occasione per mettere a punto il piano di lavoro e portare a casa le commesse. In secondo luogo, è una fiera molto agile in termini di tempo, due giorni, quindi poco onerosa per le aziende sul piano organizzativo e dei costi. E poi si fa del vero business. Ecco, per questi aspetti Marca è molto apprezzata, tant'è vero che anche chi non espone in fiera comunque passa. Qui c'è tutto l'agroalimentare italiano. Se consideriamo che fino a qualche anno fa era la 'cenerentola', oggi possiamo dire che ce la giochiamo su un piano di gran-



Superficie 86 %

de dignità rispetto agli appuntamenti italiani e internazionali. C'è una grande soddisfazione». **C'è qualche passaggio di rilievo nel calendario della manifestazione?**

«Trattandosi dell'edizione del ventennale, abbiamo pensato di premiare gli espositori più assidui, quelli che sono con noi fin dalla prima ora, sempre secondo il format essenziale che ci contraddistingue. Oggi avremo una piccola cerimonia per i veterani. Poi ovviamente c'è il grande fronte della convegnistica, a partire dal convegno inaugurale («Marca del distributore e made in Italy: il ruolo della Distribuzione Moderna», promosso da Adm, a cura di The European House-Ambrosetti) e dalla presentazione del 20esimo Rapporto Marca by BolognaFiere, che sarà concentrato sul tema dell'inflazione, con una buona ri-

cerca e dati importanti anche per orientare il consumatore». **Con Marca e le altre manifestazioni di punta sta crescendo anche il quartiere fieristico di Bologna.**

«Sono convinto che al successo di questa e di altre manifestazioni stia contribuendo in maniera determinante lo sforzo che abbiamo fatto e stiamo facendo con BolognaFiere per riorganizzare e potenziare il quartiere fieristico attraverso nuovi servizi e nuove strutture. Né va dimenticato lo sviluppo della logistica: una fiera che è raggiungibile in un'ora da Milano, due da Roma e in aereo da tutta l'Europa diventa un polo assolutamente importante. Aggiungo: nel corso degli anni è molto migliorata anche la ricettività alberghiera che la città è in grado di offrire, dalle strutture fino al numero dei posti. Risultato: oggi la Fiera di Bologna è un quartiere di rife-

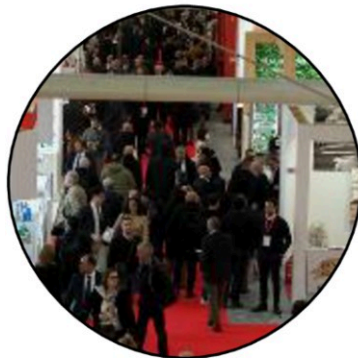
timento e per tutti i comparti». **Ecco, Marca e non solo. Come si dipana il 2024 di BolognaFiere?**

«Dopo Marca avremo Arte in Fiera, un appuntamento storico che sta riprendendo quota dopo qualche anno di difficoltà, poi ovviamente c'è tutto il nostro calendario di manifestazioni consolidate e in continua crescita, la Fiera del Libro, Cosmoprof, Cersaie e così via. Stiamo implementando il calendario anche con appuntamenti che si spostano qui da altre città, e per le fiere minori abbiamo un calendario fittissimo. Nel 2024 usciremo definitivamente dalle difficoltà che per tutti i quartieri fieristici ha comportato la pandemia da Covid-19. Sarà l'anno della piena ripresa, che accompagna il debutto di BolognaFiere in Borsa. Impegnativo per molti aspetti, ma ce la faremo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Due giorni di affari

OGGI E DOMANI



### Kermesse extralarge

Superficie espositiva di 26mila mq

Sette padiglioni e 26mila metri quadrati di superficie netta, con un aumento del 26% rispetto all'anno scorso. Se il food mantiene un ruolo di rilievo, con più di 800 aziende che porteranno in fiera novità e prodotti di tendenza, il non food si conferma come segmento di grande interesse, con ben 200 espositori.



Gianpiero Calzolari è il presidente di BolognaFiere



La 20esima edizione di Marca, in programma oggi e domani alla Fiera di Bologna