

LA FIERA

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Marca Bologna dove la spesa racconta chi siamo

A Bologna, il 14 e 15 gennaio
la Distribuzione Moderna fa il punto
su consumo, potere d'acquisto e filiere
in transizione. Ci sarà anche Il Gusto



al 14 al 15 gennaio Bologna torna a essere il termometro più preciso del consumo italiano. Marca by BolognaFiere & ADM, giunta alla 22^a edizione, non è solo una fiera: è il luogo dove la Distribuzione Moderna Organizzata, la Marca del Distributore e l'intera filiera agro-alimentare misurano stato di salute, criticità e traiettoria futura del Paese.

Quest'anno Il Gusto sarà presente insieme ad Affari&Finanza, presidio con doppia chiave di lettura: il cibo come cultura e come economia, come racconto e come infrastruttura strategica.

Dieci padiglioni articolati tra Food e Non Food ospiteranno, ancora una volta, tutto ciò che definisce la quotidianità del consumo italiano: dai prodotti da forno ai lattiero-caseari, dalle carni ai salumi, dal pesce e dai prodotti ittici all'ortofrutta, passando per olio, aceto, salse, condimenti, dolci, surgelati, caffè e bevande.

La sezione Non Food, specchio del vivere domestico contemporaneo, presenterà soluzioni dedicate alla cura della casa e della persona, al fai-da-te e al benessere psicofisico, con un'attenzione

concreta ai temi della sostenibilità, dell'efficienza e della transizione ambientale.

Marca non è, però, soltanto esposizione. È osservatorio e bilancio sociale. In un contesto segnato da crisi energetica, tensioni geopolitiche, mutamenti climatici e incertezza economica, la Distribuzione Moderna resta uno dei pochi presidi reali del potere d'acquisto delle famiglie italiane. L'inflazione alimentare, pur rallentando, continua a incidere più dell'indice generale sui bilanci, con effetti asimmetrici sulle fasce più fragili.

In questo quadro, la Marca del Distributore non solo ha retto, ma ha registrato quote record, mantenendo volumi in crescita: una risposta concreta alla necessità di coniugare qualità e convenienza.

A differenza del passato, in cui veniva percepita come opzione "sostitutiva", oggi la MDD interpreta i gusti e li orienta, offrendo linee biologiche, regionali e tipiche, riconoscendo e valorizzando eccellenze locali. Molti prodotti della tradizione, infatti, trovano spazio proprio grazie ai marchi delle insegne, che permettono a piccoli produttori di affacciarsi non solo sul mercato nazionale ma su quello internazionale.

La Distribuzione Moderna sostiene la produzione tipica del Made in Italy per un valore

stimato di 8,5 miliardi di euro e contribuisce alla promozione internazionale del settore per circa 4 miliardi. L'impatto non è solo economico, ma occupazionale e territoriale. Con oltre 25.000 punti vendita e 447.000 lavoratori, la Gdo garantisce stabilità, crescita professionale e presenza nelle aree meno centrali del Paese, sostenendo in particolare donne e giovani.

Nel 2024 il comparto ha generato 208 miliardi di euro di fatturato, 27,1 miliardi di valore aggiunto e oltre 3 miliardi di investimenti: cifre che descrivono una forza motrice non accessoria, ma strutturale.

La sostenibilità, infine, smette di essere claim e diventa metodo: tracciabilità reale, packaging ripensato, filiere trasparenti, logistica più efficiente, riduzione degli sprechi, informazione al consumatore. Il Gusto, accanto ad Affari&Finanza, sarà lì per raccontare tutto questo: non solo i prodotti esposti, ma la struttura



che li rende accessibili, la rete che li trasporta, la strategia che li sostiene.

Marca ricorda ogni anno che il carrello non è gesto banale: è politica economica, territorio, filiera, cultura e fiducia. Non è la superficie del consumo, ma l'architettura che lo sorregge.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



1 2
Padiglioni
 Immagini dalla
 fotogallery della
 passata edizione
 di Marca