

# Marca, la distribuzione in vetrina

## «Oltre 25mila i visitatori attesi»

Il 14 e 15 gennaio a BolognaFiere. L'ad Calzolari: «È il luogo dove produttori e imprese pianificano l'anno»



**Raddoppiamo  
lo spazio di 'Marca  
Fresh', punto  
di riferimento  
per fresco e ortofrutta**



**I beni di consumo  
quotidiani sono  
al centro dell'expo  
e condizionano la vita  
delle famiglie**

di Amalia Apicella  
BOLOGNA

**È la fiera** internazionale dedicata alla marca del distributore e torna a Bologna per la 22<sup>a</sup> edizione mercoledì 14 e giovedì 15 gennaio. 'Marca by BolognaFiere & Adm' integra aree espositive e momenti di approfondimento pensati per raccontare l'intero ecosistema della marca commerciale: dal food al fresco, passando per i servizi e le soluzioni dell'intera filiera.

**Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere, quali sono le novità di questa edizione?**

«Marca Fresh, dedicata al fresco, raddoppia la superficie espositiva, toccando quota 2.500 metri quadri per 80 espositori. Uno spazio significativo all'interno della manifestazione, punto di riferimento per tutto il comparto del fresco e dell'ortofrutta. L'altra novità è Marca Tech, assieme a Marca Fresh nel padiglione 19, che coinvolge i fornitori della componente industriale e agricola, dal packaging alla logistica. C'è poi la nuova area, Marca Trend, un osservatorio strutturato dell'innovazione che entra sugli scaffali e nelle case dei consumatori. Qui saranno presentati i prodotti finalisti dei Marca Awards: il best innovation product e il best copacker profile».

**Quanti visitatori sono attesi?**

«Almeno 25mila. Abbiamo regi-

strato incrementi a due cifre su tutti i segmenti, con una cresciuta complessiva dell'area espositiva del 16%: più di 1.500 espositori, 10 padiglioni e oltre 5mila buyer. Non solo italiani: avremo una presenza importante di buyer da Europa, Nord America e Asia. Marca ha poi un vantaggio competitivo rispetto alle altre fiere del settore alimentare».

**Quale?**

«È la prima dell'anno. Il successo della manifestazione ci porta a dire che, partecipando a Marca, produttori e imprese definiscono buona parte delle strategie dei dodici mesi successivi. Qui si incontrano tutti i buyer della grande distribuzione, presenti in modo strutturato grazie alla collaborazione strategica con l'associazione della distribuzione moderna».

**Cosa significa per un operatore?**

«Un'interlocuzione fondamentale per pianificare l'attività e condividere iniziative su cui sviluppare ricerca e integrazioni. Essere i primi ed essere così «freschi» è un vantaggio competitivo. Anche la formula, molto snella e concentrata in due giorni, è particolarmente apprezzata. Marca sta diventando anche un luogo di appuntamenti trasversali: al di là del rapporto esponente-buyer, molti operatori si trovano qui per portare avanti progetti comuni».

**Una parola per riassumere la**

**prossima edizione di Marca?**

«Fiducia. Oggi famiglie, operatori e investitori vivono un contesto inquietante. Creare momenti in cui cresce la consapevolezza che, lavorando bene, si possono ottenere risultati importanti è fondamentale. Il clima di fiducia è una componente decisiva della tenuta economica di qualsiasi iniziativa. In questo caso, parliamo di beni di consumo quotidiano: ciò che si discute e si pianifica in fiera entrerà direttamente nella vita delle famiglie».

**Quali sono le prossime sfide per BolognaFiere?**

«Stiamo cavalcando un'onda di crescita molto importante, con numeri significativi riguardo la frequenza di manifestazioni, molte delle quali sono arrivate a Bologna da altre realtà. Stiamo inoltre rafforzando la dimensione internazionale: abbiamo un sistema di relazioni con operatori fieristici in Europa e nel mondo. Questa dimensione internazionale è particolarmente stimolante perché rafforza il posizionamento di Bologna: oggi BolognaFiere è un riferimento riconosciuto a Istanbul, come in Corea, negli Stati Uniti, in India e in Cina. Questo va a beneficio degli operatori e contribuisce a rafforzare l'immagine di una città operosa, dove si fanno affari».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





A sinistra,  
Gianpiero  
Calzolari, ad  
di BolognaFiere.  
Sopra, una delle  
passate edizioni  
di 'Marca'