

# Marca brinda al successo in Fiera

## La partecipazione cresce del 40%

Alla kermesse di via Michelino c'è stato un boom di affluenza con 17mila operatori e visitatori. Tante anche le presenze internazionali. Il presidente Calzolari: «Grande orgoglio per i risultati»

### IN VETRINA

**Molti i prodotti food e non food legati a momenti di consumo come colazione e aperitivo**

### I NUMERI

**Sei padiglioni e ben 23mila metri quadrati espositivi che hanno segnato un +15 per cento rispetto al 2022**

### I BUYER STRANIERI

**Oltre 200 provenienti dal Nord e dal Sud America, diversi Paesi europei, Israele e Arabia Saudita**

**Marca** brinda al successo. La diciannovesima edizione del salone dei brand della grande distribuzione by BolognaFiere festeggia un risultato oltre le aspettative con una grande partecipazione e una crescita in qualità e quantità che stacca di netto la kermesse del 2022. Manifestazione di eccellenze che non poteva mancare a Bologna, patria del buon vivere, come 'certificato' dalla recente classifica del Sole 24 Ore. Organizzata in collaborazione con Adm - Associazione distribuzione moderna e con il patrocinio della Regione Emilia-Romagna e della Camera di Commercio di Bologna - la kermesse si è confermata irrinunciabile per coloro che si occupano di marca del distributore. Una due giorni (18 e 19 gennaio) a Bologna con oltre 17mila, il 40% in più rispetto all'anno scorso, operatori e visitatori che hanno affollato i sei padiglioni e i 23mila metri quadrati espositivi netti (+15% rispetto al 2022). Segno più anche per gli espositori, oltre 900 aziende (+10%) - più di 2.500 brand - protagonisti di un enorme investimento qualitativo sui propri stand.

**In crescita** anche le insegne della distribuzione moderna: sono 22 (4 in più rispetto alla precedente edizione) e rappresentano i più importanti retailer del Paese. Queste 22 insegne che

partecipano al Comitato Tecnico Scientifico di Marca by BolognaFiere hanno esposto tutte le novità a marchio del distributore. La vetrina delle insegne si è riempita di prodotti food e non food di grande varietà, molti legati a momenti di consumo come la colazione e l'aperitivo. Altissima la partecipazione istituzionale registrata in fiera, a partire dal convegno inaugurale organizzato da Adm e The European House-Ambrosetti, in collaborazione con Ipsos e Iri, al quale hanno partecipato il ministro dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare Francesco Lollobrigida; il vice ministro alle Imprese e made in Italy, Valentino Valentini (in videocollegamento) e il presidente della Regione Emilia-Romagna, Stefano Bonaccini.

**Risultati** oltre le aspettative anche sul fronte internazionale, registrando la presenza di oltre 200 buyer stranieri di altissima qualità: molte le presenze dal Nord e dal Sud America, da alcuni paesi dell'est (Romania e Slovenia) e dall'Europa occidentale (Francia, Danimarca, Germania e Inghilterra) oltre che da Israele e dall'Arabia Saudita. L'arrivo dei buyer stranieri è frutto sia di una consolidata partnership con ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane e sia della forte spinta di Bolo-

gnaFiere all'internazionalizzazione. In Asia, in particolare in Cina, BolognaFiere è presente con una sua società che organizza Marca China, (Shenzhen, 6-8 giugno 2023), in collaborazione con la Shenzhen retail association. In Nord Africa è, invece, in programma, in autunno, un road show di Marca by BolognaFiere a Casablanca, dopo avere verificato gli ottimi ritorni in fiera della delegazione proveniente dal Marocco e le molte aziende certificate Halal presenti in fiera.

«**Siamo** davvero orgogliosi - ha commentato Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere - per i risultati raggiunti da questa diciannovesima edizione. Abbiamo visto padiglioni affollati da migliaia di operatori, convegni partecipati oltre le aspettative, centinaia e centinaia di incontri di business, un numero altissimo di prodotti e aziende in vetrina, l'eccellenza del Made in Italy sia food che non food. Grazie ad Adm, storico partner nell'organizzazione della fiera, e grazie a Ice che ci affianca nella spinta all'internazionalizzazione e alla crescita, e grazie a tutti gli operatori, alle insegne e alle aziende che anche in questo momento particolare e difficile hanno voluto esserci e investire sul futuro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'evento  
in pillole**1 Numeri in aumento**

Segno più per gli espositori alla sedicesima edizione di Marca, il salone che si è tenuto il 18 e il 19 gennaio scorsi alla Fiera di Bologna, con oltre 900 aziende (+10%) e 22 insegne della distribuzione moderna, 4 in più rispetto al 2022

**2 Il settore bio**

I supermercati rimangono il primo canale per gli acquisti di prodotti bio da parte degli italiani, con acquisti per 2,3 miliardi di euro (dati Nomisma su fonte Nielsen) come emerso al convegno 'Bio nella distribuzione moderna italiana', ospitato a Marca

**3 Il packaging green**

Secondo l'Osservatorio Packaging del largo consumo curato da Nomisma, presentato a Marca, negli ultimi 12 mesi il 65% delle famiglie italiane ha inserito nel proprio carrello un prodotto perché aveva una confezione più sostenibile

## La manifestazione tornerà nel 2024 Appuntamento il 16 e il 17 gennaio

Pedroni, presidente Adm: «Il ruolo della distribuzione moderna è centrale»

**Visto il successo** Marca tornerà nel 2024. E già sono state fissate le date per questo irrinunciabile kermesse in Fiera, il 16 e il 17 gennaio del prossimo anno. Conferma la soddisfazione del presidente della Fiera, Gianpiro Calzolari, il numero uno di Adm, Marco Pedroni: «Marca 2023 si è confermata un appuntamento importante per il nostro settore economico. Un'occasione di confronto diretto fra tutti gli attori interessati. Questa edizione ha poi ottenuto un significativo riconoscimento nazionale. La presenza del ministro Francesco Lollobrigida e di altri rappresentanti del governo ha ovviamente generato un di più di attenzione».



Marco Pedroni, presidente Adm, col ministro Francesco Lollobrigida

Per Adm è stata l'occasione per ribadire il ruolo centrale che la distribuzione moderna svolge, «tanto più in una fase come l'attuale piena di molta incertezza a causa delle dinamiche inflattive, dell'approvvigionamento

delle materie prime e dello scenario internazionale», spiega Pedroni.

**La distribuzione moderna** - come è emerso dall'analisi realizzata da The European House - Ambrosetti per Adm dal titolo 'L'Italia di oggi e di domani: il ruolo sociale ed economico della Distribuzione Moderna' - dà un contributo complessivo, tra diretto e attivato indirettamente, di oltre 52 miliardi di euro in termini di crescita, impiega 440mila occupati diretti che diventano circa 3,3 milioni se si considerano le filiere attivate. In pratica, il 20 per cento degli occupati totali in Italia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Uno stand di Marca in Fiera; sopra, Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere