

Mercoledì e giovedì la 19esima edizione di Marca by BolognaFiere: l'unico salone italiano del settore, con oltre 900 espositori provenienti da 50 Paesi del mondo e 12mila buyer

di Paola Benedetta Manca

Il Made in Italy celebra il boom della marca privata

GUIDA AI VISITATORI DELLA KERMESSE

Marca by BolognaFiere, Marca Fresh e Marca Tech si svolgeranno il 18 e 19 gennaio, dalle 9.30 alle 18, nei padiglioni 16-21-22-28-29-30 di BolognaFiere

OLTRE 900 ESPOSITORI, sei padiglioni (uno in più rispetto all'anno precedente) per 23.000 mq di area espositiva, 650 brand ospiti e più di 12.000 buyer interessati ai migliori prodotti del Made In Italy. Oltre 200, grazie al rapporto con Ice e all'International Buyer Program, provengono da 50 Paesi del mondo: una delegazione di altissima qualità che rappresenta i più importanti mercati internazionali, dal Giappone alla Corea del Sud, dagli Stati Uniti all'Arabia Saudita, dall'Argentina a Singapore. La 19^a edizione di Marca by BolognaFiere, in programma il 18 e il 19 gennaio, si apre con numeri importanti che confermano la crescita che la marca privata sta registrando nelle scelte dei consumatori in Italia e in Europa. Se il food, tra gli espositori, continua a ricoprire un ruolo di rilievo, con circa 650 brand che porteranno in fiera novità e prodotti di tendenza, anche il 'non food' vede aumentare spazio e attenzione: sono 250 i marchi presenti. Si amplia notevolmente, in quest'area, il paniere dei prodotti per la cura della casa e, per la prima volta in netta crescita, per la cura della persona, con un occhio di riguardo ai temi dell'efficacia e della sostenibilità, mentre aumentano le soluzioni legate al packaging, ai servizi e alla logistica. La manifestazione è organizzata da BolognaFiere, in collaborazione con Adm, Associazione della distribuzione moderna, con il patrocinio della Regione Emilia-Romagna e della Camera di Commercio di Bologna.

«**Marca** by BolognaFiere è la prima fiera dell'anno - commenta il presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari (**nella foto**) - e si sta ormai affermando come una delle manifestazioni più importanti dell'agroalimentare. La sua formula molto smart e veloce, due giorni di business puro, continua a incontrare sempre più interesse nelle catene distributive e nelle aziende che producono. Siamo orgogliosi di offrire ogni anno la sede più autorevole in cui stringere accordi tra chi compra e

chi vende e favorire la crescita e l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese, grazie ai rapporti con le insegne della distribuzione moderna».

A completare il parterre dell'unica fiera italiana dedicata alla marca commerciale, 22 tra le più importanti insegne della distribuzione moderna riunite nel comitato tecnico scientifico: Ard Discount, Brico Io, Bricofer, C3, Carrefour, Conad, Coop, Coralis, Cortilia, Crai, Decò, Despar, D.it-Distribuzione Italiana, Italy Discount, Lekkerland, Marr, Md, Risparmio Casa, S&C, Selex, Unes e Végé. La fotografia del ruolo della Mdd nel 2022 è stata scattata da Iri e i dati sono contenuti nel XIX 'Rapporto Marca by BolognaFiere', che verrà presentato nel convegno inaugurale del 18 gennaio, dal titolo 'L'Italia di oggi e di domani: il ruolo sociale ed economico della distribuzione moderna'.

Insieme al comparto dell'ortofrutta, cresce contemporaneamente 'Marca Fresh', il concept dedicato all'innovazione sostenibile nel settore che, giunto alla terza edizione, raggiunge i 900 mq di spazio espositivo all'interno del padiglione 16, con oltre 50 espositori. Marca Fresh si presenta con un grande spazio centrale, la 'Piazza dei freschi', e con un ricco programma di incontri, presentazioni e case history di successo, dedicati al segmento. E' confermata anche la nona edizione di Marca Tech, con i suoi 1.500 mq e l'adesione di oltre 60 espositori. Saranno inoltre in mostra i prodotti novità delle insegne: si potranno vedere in vetrina nella 'Retail Brand Area' e sul sito di Marca by BolognaFiere: marca.bolognafiere.it.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

200

Oltre 200 espositori,

grazie al rapporto con Ice e all'International Buyer Program, provengono da 50 Paesi del mondo: una delegazione di altissima qualità che rappresenta i più importanti mercati internazionali, dal Giappone alla Corea del Sud, dagli Stati Uniti all'Arabia Saudita, dall'Argentina a Singapore. Il comitato tecnico scientifico della manifestazione riunisce 22 tra le più importanti insegne della distribuzione moderna





**IL RUOLO
DELLA MDD
NEL 2022**

**Il 'Rapporto
Marca by
BolognaFiere'
verrà
presentato
nel convegno
inaugurale del
18 gennaio,
dal titolo
'Italia di oggi
e di domani:
il ruolo sociale
ed economico
della
distribuzione
moderna'.**



LO STUDIO DI IRI

00032

00032

Qualità e risparmio nel carrello della spesa Sul podio c'è il fresco

NEL CARRELLO della spesa, nei primi dieci mesi del 2022, prende quota la marca del distributore. Si conferma l'alternativa preferita dai consumatori che ne riconoscono la qualità e il risparmio in questo inedito periodo di crisi. Stringendo lo zoom sulla merceologia della Mdd, emerge che il posizionamento competitivo migliora in tutti i reparti, ma a salire sul podio è il fresco che aumenta sia in valore che in volumi. La fotografia del ruolo della Mdd nel 2022 è stata scattata da Iri per Marca by BolognaFiere. Dallo studio, emerge che il largo consumo confezionato (Lcc), nel mercato della grande distribuzione (che comprende tutte le insegne, discount, online e petshop), sta registrando un buon trend di crescita. Le linee di alta gamma mantengono un buon dinamismo e, dopo anni in cui il primo prezzo subiva una riduzione, si osserva un ritorno di questo segmento nelle scelte del consumatore che cerca di risparmiare mantenendo la qualità del prodotto. Rimane determinante il mainstream, core business della Mdd, e cresce il funzionale, cioè tutto ciò che è upgrade (free from, gluten free, benessere). Iri ha guardato anche dentro ai singoli reparti, per scoprire il posizionamento della Mdd che migliora in generale ovunque, ma soprattutto nel fresco e nel pet care, dove è sostenuta da una decisa crescita a volume.

Dentro al reparto frigo, c'è però la sorpresa più importante per il settore della marca del distributore. La performance migliore nei freschissimi, infatti, è della componente del peso imposto, cioè di tutti i prodotti già confezionati e pronti per andare alla cassa: il trend di crescita a valore è del 4,7% contro il 3,5% dei prodotti a peso variabile, quelli pesati alla bilancia dal consumatore. Dentro il peso imposto, è possibile vedere il comportamento della Mdd e cosa sceglie l'acquirente: sul podio, rispetto alla media del largo consumo confezionato, c'è l'ortofrutta. La quota Mdd, nell'ortofrutta, è del 34,8% (+0,2% quest'anno), un valore molto alto rispetto al 20,9% sul generale Lcc. È la gamma delle insalate e delle verdure imbustate che contribuisce di più (per quasi un terzo) al valore Mdd nell'ortofrutta e la quota volume cresce di un punto percentuale rispetto al 2021. La percentuale della Mdd nel fresco, in ogni caso, cresce più o meno ovunque, con punte di oltre due punti percentuali (uova fresche, condimenti, yogurt).

p. b. m.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il programma degli appuntamenti di Marca by BolognaFiere
Ruolo sociale ed economico della distribuzione moderna
al centro del convegno inaugurale del 18 gennaio

Scenari, incontri e workshop: in vetrina il nostro agroalimentare

GIOVEDÌ 19 GENNAIO ALLE 14.30

Nella tavola rotonda conclusiva della kermesse bolognese le aziende racconteranno il proprio modo di interpretare l'innovazione sostenibile

CONVEGNI, presentazioni di dati e aggiornamenti sul mercato. E ancora, workshop e incontri specializzati su tutto ciò che riguarda la marca del distributore. Sono tantissimi gli appuntamenti che costellano il programma della 19^a edizione di Marca by BolognaFiere. A partire dal convegno inaugurale, il 18 gennaio alle 10 e 15 (Gallery Hall pad. 21-22), dal titolo: 'L'Italia di oggi e di domani: il ruolo sociale ed economico della distribuzione moderna', organizzato da Adm, Marca by BolognaFiere e The European House-Ambrosetti, in collaborazione con Ipsos e Iri. Nel corso dell'evento, sarà presentato il XIX Rapporto Marca sull'evoluzione 2022 della Mdd (a cura di Iri Worldwide). In apertura interverrà il presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari; a seguire, il ministro dell'Agricoltura, Francesco Lollobrigida; il viceministro alle Imprese e al Made in Italy, Valentino Valentini; il presidente della Regione Emilia-Romagna, Stefano Bonaccini; il presidente di Ipsos Nando Pagnoncelli; Valerio De Molli, managing partner e ceo di The European House-Ambrosetti e Gianmaria Marzoli, vicepresidente di Iri. Concluderà il convegno, Marco Pedroni, presidente di Adm.

Nel pomeriggio, nella stessa location, appuntamento con l'iniziativa 'Osservatorio packaging del largo consumo Nomisma: scelte sostenibili alla prova degli scenari inflattivi', organizzato da Nomisma in collaborazione con BolognaFiere. Giovedì 19 gennaio, secondo giorno di fiera, alle 10 e 30 si terrà il convegno 'Il bio nella distribuzione moderna italiana: scenario evolutivo, performance, ruolo, spazi di mercato', un incontro organizzato

da Assobio nell'ambito del progetto 'Being Organic in Eu' promosso da FederBio e Naturland (Gallery Hall del pad. 21-22). Alle 14 e 30, appuntamento con la Premiazione 'Adi Packaging Design Award', pensato per valorizzare i prodotti più innovativi del comparto del packaging italiano.

Nato da un progetto di Adi - Associazione per il disegno industriale e condiviso da Marca, che attraverso la rete di aziende espositrici ha contribuito alla quarta edizione, mira a premiare non solo la materialità dell'imballaggio ma anche gli aspetti immateriali riguardanti il processo produttivo, industriale ed estetico, facendo dell'innovazione e della ricerca i fili conduttori della selezione. La premiazione si svolgerà alla Gallery Hall del padiglione 21-22.

Sempre alle 14 e 30, ma all'Open International Arena - Spazio Agorà (padiglione 28), si accenderanno i riflettori su uno degli appuntamenti clou della manifestazione: l'Ipls Award 2023 (International Private Label Selection), organizzato in collaborazione con Plm-Dm. Nel corso dell'evento, verranno selezionati, tra quelli candidati, i nuovi prodotti, le idee e i progetti a marca del distributore più appetibili per i mercati internazionali. Il contest è promosso da Marca by BolognaFiere, in collaborazione con Iplc-The retailer brands specialists. Le aziende vincitrici riceveranno una consulenza specifica sulle potenzialità di sviluppo in nuovi mercati e sulla strategia per entrare in uno dei mercati europei più promettenti, grazie all'ex-



pertise di senior private Label Expert in ogni Paese.

Inoltre, per i candidati e i selezionati, è previsto un piano di comunicazione B2B che prevede, tra gli altri vantaggi, la divulgazione di tutti i prodotti durante i giorni di manifestazione e l'esposizione fisica permanente di quelli selezionati alla 'Mdd International Iplc Arena'. Durante l'evento, si terrà la tavola rotonda: 'Lo scenario europeo della Mdd e le nuove attese dei retailer verso i produttori' che approfondirà l'impatto degli eventi internazionali sul largo consumo, dall'inflazione alla scarsità di materie prime, dagli effetti bellici agli eventi climatici estremi, fino alla gestione della salute collettiva. A seguire, il focus 'La Mdd in Germania e le opportunità per i produttori'. Infine, la premiazione dei prodotti selezionati e la menzione da parte della giuria di altri di particolare interesse, fino a un massimo di dieci.

Sempre il 19 gennaio, alle 10, nell'Open International Arena - Spazio Agorà (padiglione 28), gli esperti si confronteranno su un tema cruciale nel-

la tavola rotonda 'L'importanza delle certificazioni per lo sviluppo internazionale dei fornitori Mdd'. Il dibattito analizzerà le tendenze, opportunità e criticità nell'ottenere attestati di eccellenza e di buone pratiche, elementi fondamentali per i retailer nella scelta dei propri fornitori. Anche lo spazio 'Marca Fresh' avrà una sua programmazione di appuntamenti che si terranno al padiglione 16 Agorà-Marca Fresh.

Il 18 gennaio, alle 11 e 30, si svolgerà la tavola rotonda della Gdo 'Il reparto ortofrutta: le sfide del mercato tra convenienza e innovazione', mentre alle 14 e 30 sarà la volta del 'Focus sulla categoria patate: assortimento, segmentazione e valorizzazione nel nuovo scenario di mercato'. Il 19 gennaio si parte alle 11 e 30 con il dibattito di Gdo e produzione sulle 'Nuove progettualità e nuovi linguaggi nel reparto ortofrutta' e si chiude alle 14 e 30 con la tavola rotonda 'Innovazione sostenibile: le aziende si raccontano'.

Paola Benedetta Manca

© RIPRODUZIONE RISERVATA

MARCA DEL DISTRIBUTORE

L'alternativa preferita dai consumatori

Secondo una ricerca dell'Iri, nel carrello della spesa degli italiani, in uno scenario su cui



gravano inflazione e caro-energia, la marca del distributore prende sempre più quota e si conferma l'alternativa preferita dai consumatori, in particolare nel comparto dell'ortofrutta.



ESPERTI DEL SETTORE E OSPITI

In apertura del salone interverrà il presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari. A seguire, il ministro dell'Agricoltura, Francesco Lollobrigida; il viceministro alle Imprese e al Made in Italy, Valentino Valentini;

il presidente della Regione Emilia-Romagna, Stefano Bonaccini; il presidente di Ipsos Nando Pagnoncelli; Valerio De Molli, managing partner e ceo di The European House-Ambrosetti e Gianmaria Marzoli, vicepresidente di Iri

