

Una fiera che Marca bene

Da Sana Up alla Piazza dei freschi. Tutte le novità della 16esima edizione del salone della Mdd, a Bologna il 15 e 16 gennaio. Rinnovato, per i prossimi cinque anni, l'accordo di collaborazione tra gli organizzatori e Adm.



Da sinistra: Giorgio Santambrogio e Gianpiero Calzolari



Mdd: lo stato dell'arte

Tomano a crescere, nel 2019, le vendite del Largo consumo (+2,0% nei primi 10 mesi dell'anno). A trainare il comparto sono gli specialisti casa persona (+8,9%), i superstore (+3,9%) e i discount (+3,4%). Non si arresta invece la crisi dagli ipermercati, l'unico canale in sofferenza (-2,9%). Gli assortimenti restano mediamente stabili, ma con differenze anche ampie tra canali: se le grandi superfici razionalizzano (-0,8% ipermercati; -1,1% superstore) i discount e i supermercati aumentano, rispettivamente, del 4,2 e dell'1,3%.

La Mdd cresce a un ritmo superiore rispetto a quello del mercato (+4,7%) e la sua quota sale al 19,9% (+0,6). Quota che, nell'ultimo trimestre, è stata costantemente superiore al 20%. Si prevede una chiusura del 2019 con ricavi intorno agli 11 miliardi di euro. Performance bene, in ambito Mdd, le linee premium (+13,0%), bio-eco (+8,0%) e funzionali (+8,5%). Il segmento 'insegnna' si conferma quello a maggiore incidenza (72,8%), ma torna a crescere dopo molti anni anche il primo prezzo (+23,2%), seppur con una bassa incidenza sulle vendite. (Fonte dati: Iri Infoscan Census. Iper + Super + L&P. Progressivo anno 2019: 43 settimane al 27 ottobre 2019).

Anche nel 2020 Marca, il salone internazionale della Mdd, apre ufficialmente le danze del calendario fieristico nazionale.

In scena il 15 e il 16 gennaio alla fiera di Bologna, è infatti il primo grande appuntamento per la filiera: grandi e piccoli copacker, insegne, buyer nazionali e internazionali, e tutti i professionisti che operano nel vasto e variegato panorama della Distribuzione moderna. "Una definizione che preferisco, rispetto a Grande distribuzione, soprattutto oggi che a registrare i trend di crescita migliori sono i punti vendita medio-piccoli. Al contrario degli ipermercati, l'unico canale in sofferenza", sottolinea Giorgio Santambrogio, presidente di Adm, l'Associazione che riunisce le principali imprese della Distribuzione moderna e che ha rinnovato per altri cinque anni - ovvero fino a Marca 2024 - l'accordo di collaborazione esclusiva con BolognaFiere.

"Marca è l'evento più importante per la nostra business community. Un evento nel quale business e arricchimento della conoscenza diventano fattori essenziali per lo sviluppo d'impresa", commenta il presidente di Adm. "Crediamo nella Marca del distributore e puntiamo con decisione sul suo sviluppo, convinti anche che attraverso di essa si riesca a dare impulso e a creare valore per tutta la filiera e per i territori, dando in questo modo un contributo essenziale alla crescita del Paese".

Nel corso della presentazione dell'evento, che si è tenuta lo scorso 11 novembre a Milano, gli organizzatori del salone bolognese hanno evidenziato l'indiscusso successo registrato negli ultimi anni. Cresce infatti a doppia cifra, per il quinto anno consecutivo, il numero degli espositori, che nel 2020 toccherà quota 850 (erano 500 nel 2016). Sale a 21mila metri quadrati la superficie espositiva, grazie anche all'annessione del padiglione 36, dedicato per la prima volta al comparto non-food. Cresce infine il numero di visitatori, in particolare di quelli internazionali, che dovrebbe superare in modo significativo le 10.100 presenze dell'edizione 2019. È infatti triplicato il numero di delegazioni di buyer internazionali in visita, con oltre 18 top manager in arrivo dagli Usa.

"16 anni fa, quando abbiamo lanciato MarcabyBolognaFiere, abbiamo intrapreso un percorso che ha anticipato i trend di mercato", commenta Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere. "La crescita costante dell'evento e la sempre più spiccata attenzione dei buyer esteri sono la miglior testimonianza della dinamicità del settore della Mdd che ha, ancora, ampie opportunità di sviluppo. La quota in volume dei prodotti a marca del distributore si attesta, in Italia, al 20% contro una media europea superiore al 30%".

Tra gli obiettivi che l'ente fieristico intende perseguire, anche in vista delle future edizioni della manifestazione, ci sono quattro capisaldi: l'internazionalizzazione, la trasformazione digitale, lo sviluppo del set-

tore Pet food e del mondo beverage. Nel caso di quest'ultimo, nonostante il grande potenziale, l'incidenza sul totale espositori di Marca è ancora molto bassa: il 4%, contro il 18% del settore pasta riso e cereali, il 16% di salse e condimenti, il 15% di carni e salami e il 13% del mondo dairy, solo per citare i più rappresentati.

Biologico protagonista

Ampio spazio in fiera ai trend di mercato più consolidati: vedi il biologico, il free-from e la tracciabilità. Per la prima volta, Marca ospiterà infatti un 'salone satellite' riservato a questa categoria di prodotti, frutto della storica collaborazione con Adm e del know-how sviluppato da BolognaFiere nel settore del biologico grazie a Sana. Posizionato nel padiglione 28, il salone si chiamerà Sana Up e darà spazio ai prodotti più innovativi del comparto e a focus di approfondimento per gli operatori.

"In tre anni il numero degli espositori di Marca che appartiene al mondo del biologico è passato da 60 a quasi 180", evidenzia Roberto Zannoni, presidente di Assobio. "Basta considerare che, secondo i dati del nostro osservatorio, la crescita del biologico a Marchio del distributore è stata del 10% lo scorso anno". Circa un quarto dell'area espositiva di Marca ospiterà produttori di referenze bio, che oggi costituiscono il 4% dei consumi alimentari, per un controvalore di circa 3,6 milioni di euro e un'incidenza sul Largo consumo confezionato del 3,1% (dati Iri).

Spazio al fresco e al non-food

Fra le principali novità di Marca 2020 c'è l'esordio di Marca Fresh, uno spazio interamente riservato al comparto del freschissimo nella Mdd che quest'anno avrà come protagonista l'ortofrutta.

Il format prevede un'area di 250 mq, denominata 'La Piazza dei freschi', all'interno del padiglione 29, organizzata in spazi espositivi per 15 aziende protagoniste della produzione ortofrutticola. Inoltre, per la prima volta, anche il mondo non-food avrà un'area dedicata: il padiglione 36. Più di 100 le aziende presenti, attive nei settori della Cura della persona e della casa. Si riconfermano e si ampliano ulteriormente anche gli ambiti riservati al mondo del packaging, della logistica e della digital industry, con la settima edizione di MarcaTech.

Tanto business, ma non solo

Ricco il ricco calendario di convegni, dibattiti, seminari e focus di analisi delle principali tendenze espresse dalla Distribuzione moderna in ambito Mdd. Tra questi il convegno inaugurale, il 15 gennaio a partire dalle 10:00, organizzato da Adm in collaborazione con The European House - Ambrosetti e intitolato 'Il contributo della Marca del distributore alla sfida dello sviluppo sostenibile e del Paese'. È invece programmata per il 16 gennaio la presentazione del XVI Rapporto Marca sull'evoluzione dei prodotti a Marca del distributore in Italia promosso da BolognaFiere e Adm, in collaborazione con Iri e Iplc.