

FORMAT PROMOZIONALE A CURA DI SYSTEM24

# MarcabyBolognaFiere cresce ancora

## Più spazi e buyer dall'estero alla fiera del 15 e 16 gennaio 2020

La nuova edizione di **MarcabyBolognaFiere**, il salone della Marca del Distributore, accoglierà quest'anno i visitatori nel capoluogo emiliano il 15 e 16 gennaio con quasi 900 stand di espositori, un nuovo e più funzionale allestimento attraverso un percorso che si sviluppa in cinque padiglioni, uno spazio in più tutto dedicato al settore non-food e un'offerta bio che coprirà un quarto della superficie espositiva.

I prodotti MDD hanno già conquistato il 20% del mercato italiano e rappresentano un settore in crescita costante anche per assortimento, linee e referenze. **Marca 2020**, organizzata da BolognaFiere in collaborazione con ADM, Associazione Distribuzione Moderna, è la migliore e più aggiornata vetrina italiana del settore e la seconda in Europa: logico che ne segua l'evoluzione, rinnovando i propri spazi per offrire maggiore fruibilità e fornendo nuovi contenuti. Fa fede anche il Comitato Tecnico Scientifico del Salone, composto da venti rappresentanti delle principali Insegne della Grande Distribuzione Organizzata.

Quest'anno al salone esordisce anche **Marca Fresh**, uno spazio interamente dedicato alle novità del comparto del fresco e freschissimo. Mentre il nuovo **Salone Satellite** offrirà agli operatori focus di approfondimento sulle attuali tendenze di mercato: *bio*, *free from* e *tracciabilità*.

Cresce anche lo spazio per il *packaging*, la *logistica* e la *digital industry*, che contribuiscono a una maggiore efficienza grazie anche all'innovazione sostenibile. Temi al centro della settima edizione di **Marca Tech**, al padiglione 30, che segna una crescita delle presenze intorno al 30%.

In contemporanea si svolgerà nel padiglione 28 (uno degli ultimi realizzati nel piano di revamping e ampliamento degli spazi di BolognaFiere), nell'ambito del nuovo Padiglione Satellite, **SANA UP** il salone dei prodotti più innovativi del settore *bio*. Una filiera produttiva che, in cinque anni, ha visto raddoppiare la quota riferita di fatturato. In Italia è dedicata al *bio* oltre il 15% della superficie coltivata, anche se l'incidenza dei prodotti di questo tipo sul mercato interno si aggira attorno al 4%. SANA UP sarà quindi una vetrina per proporre le ultime novità e facilitare il contatto fra i produttori di questo settore (*food* e *non-food*) e i rappresentanti delle grandi insegne della DMO e degli altri canali di vendita, che ogni anno partecipano a **MarcabyBolognaFiere**.

L'aumento nelle visite delle delegazioni estere, grazie anche alla collaborazione con Italian Trade Agency e Istituto per il Commercio Estero, conferma l'interesse crescente che circonda il salone della MDD. Grazie anche all'**International Buyer Program**, un piano di promozione internazionale per coinvolgere compratori e manager delle catene estere di retail più importanti, quest'anno i *buyer* stranieri sono triplicati rispetto a solo un anno fa. Sono 26, infatti, i Paesi coinvolti, dall'Arabia Saudita agli Usa – con 18 top manager a rappresentare le più importanti catene della distribuzione d'Oltreoceano – passando per la Russia, la Germania, il Giappone, il Canada, l'Azerbaijan.

Una specifica piattaforma digitale di *matching* fra domanda e offerta aiuterà espositori e buyer a organizzare incontri B2B con profili particolarmente dettagliati e filtri avanzati di ricerca per esaminare

i prodotti e i Paesi interessati.

“Sedici anni fa, quando abbiamo lanciato **MarcabyBolognaFiere** abbiamo intrapreso un percorso che ha anticipato i trend di mercato – dice Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere –. La crescita costante dell'evento e la sempre più spiccata attenzione dei buyer esteri sono la migliore 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%. La collaborazione tra BolognaFiere e ADM – prosegue Calzolari – rafforza ulteriormente il nostro impegno a supporto di un settore che ha evidenziato, negli ultimi anni, un costante trend di crescita e che ha ancora ampie possibilità di incremento nelle quote di mercato, in Italia e nei mercati esteri”.

“L'appuntamento di Bologna continua a crescere in rilevanza, notorietà e partecipazione, rivolgendosi a una platea sempre più ampia, che arriva a includere in misura crescente imprese di *copacker* stranieri e imprese del non-food – spiega Giorgio Santambrogio, presidente dell'Associazione Distribuzione Moderna – Un'ulteriore conferma del ruolo che la Marca del Distributore riveste per industria, distribuzione e consumatori, diventando elemento fondamen-



tale della strategia d'impresa e scelta consolidata nelle dinamiche d'acquisto delle famiglie". "Noi della Grande Distribuzione Organizzata crediamo fortemente nella Marca del Distributore – aggiunge il numero uno di ADM – e puntiamo con decisione sul suo sviluppo, convinti che anche 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". L'accordo di collaborazione esclusiva tra BolognaFiere – che è il secondo polo fieristico italiano e fra i principali su scala internazionale – e ADM, che riunisce le principali imprese della GDO (ne sono membri Federdistribuzione, Ancc-Coop e Ancc-Conad), per **MarcabyBolognaFiere** è stato appena rinnovato. Dopo essere stato sottoscritto nel 2010, ora è stato ampliato fino al 2024.



## NOVITÀ DELL'EDIZIONE 2020

# Spazio al Fresh e al Non-Food

Fra le novità di questa edizione **Marca Fresh**, il nuovo concept di **MarcabyBolognaFiere**, dedicato al comparto dei prodotti freschissimi che sta crescendo nel mondo della MDD.

La prima edizione, al padiglione 29, è dedicata al mondo ortofrutticolo, con un taglio specialistico e verticale, che vuole favorire il confronto tra operatori della produzione, della distribuzione e dei servizi sul tema dell'innovazione sostenibile, che quest'anno sarà in fondo un leitmotiv per tutto il salone della Marca del Distributore.

All'interno del padiglione, una vera e propria "fiera nella fiera", sarà allestita la **Piazza dei Freschi** che ospiterà 15 aziende protagoniste della produzione ortofrutticola – A.O.P. Luce, Agroama, Apofruit Italia, Canova-Almaverde Bio, Euro Pool System, Fri-El Greenhouse, Gestione Servizi Integrati-Annatura, La Costiera, Masseria Fruttirossi, Op Ortonatura, Oranfrizer, Ortoromi, Polymer Logistics Italy, Semillas Fito' Italia, Torti Patate – e operatori media di settore. Presso l'**Agorà** si terranno, invece, incontri di approfondimento e confronto e seminari curati dalle singole aziende.

Le parole chiave, in occasione del lancio di **Marca Fresh**, sono *innovazione, experience e networking*: si tratta di concetti essenziali per comprendere e intercettare le nuove tendenze in atto nei reparti ortofrutta della grande distribuzione.

Altra grande novità dell'edizione 2020 di **MarcabyBolognaFiere** è il padiglione 36, interamente dedicato al **Non-food**, un'altra tendenza importante nell'evoluzione della MDD. Sono oltre 100 le aziende coinvolte – con un aumento del 15% rispetto allo scorso anno – che operano nel settore della **Cura della persona** e della **Cura della casa**, per un totale di oltre 50 categorie merceologiche e centinaia di referenze. La superficie espositiva a loro disposizione supera i 3.500 metri quadrati. E accanto ai *copacker* ci saranno anche rappresentanti di alcune Insegne del Comitato tecnico-scientifico con uno stand espressamente dedicato ai buyer stranieri.





## CONTINUA LA MARCIA DELLA MDD

**Le prime stime danno per il 2019 ricavi a 11 mld di euro**

Il settore MDD è uno dei più dinamici nell'ambito del largo consumo e nel 2019 è cresciuto del 4,7%, una percentuale superiore a quella del mercato, mentre i volumi sono aumentati del 6%. La quota di mercato è salita al 19,9% (più 0,6 punti percentuali rispetto a un anno prima) e nell'ultimo trimestre è stata stabilmente sopra il 20%. Dati che portano a prevedere una crescita dei ricavi a fine anno intorno agli 11 miliardi di euro.

Secondo i dati IRI Infoscansensus, nel 2019 le vendite del largo consumo hanno ripreso a crescere in modo più marcato. Dopo un 2018 sostanzialmente stabile – con un +0,3% dovuto all'inflazione e all'immissione di nuovi prodotti di maggior qualità e prezzo più alto, il cosiddetto trading up – i primi dieci mesi dell'anno appena terminato hanno registrato un aumento del 2%, grazie soprattutto al contenimento dei prezzi.

Mentre continua la crisi degli ipermercati – che hanno perso il 2,9% – sono cresciuti in particolare gli esercizi specializzati Casa & Persona (+6,9%), i superstore (+3,9%) e i discount (+3,4%).

Gli assortimenti dei prodotti aumentano in discount e supermercati (rispettivamente +4,2% e +1,3%) mentre diminuiscono negli esercizi di superfici maggiori, ipermercati e superstore (-0,8%, -1,1%). Nel comparto della Marca del Distributore tutti i segmenti registrano segno positivo: il Premium è nettamente in testa (+13%), seguito dai Funzionali, cioè prodotti con proprietà benefiche (8,5%) e BioEco (+8%). Il cosiddetto segmento Insegna ha l'incidenza maggiore (72,8%), anche se in calo dell'1,6% su anno. Aumenta significativamente il Primo Prezzo (+23,2%), pur se complessivamente la sua incidenza sulle vendite resta molto bassa. Calano invece, anche se di poco (-0,7%) le promozioni.

La crescita della MDD è sostenuta dall'aumento dei prodotti disponibili sugli scaffali: a ottobre 2019 la referenza media per punto vendita era di 1.635 prodotti, con un aumento del 3,6% su anno, e una quota sull'assortimento del 14,2% (+0,6%). In un periodo di circa due anni, la MDD ha ampliato l'assortimento dei prodotti a un ritmo più alto rispetto a quello dell'Industria di marca, mentre i suoi prezzi calavano.

## FOCUS SUI TREND

### Analisi di scenario e incontri tecnici al salone della MDD

Il salone della MDD a Bologna, il 15 e 16 gennaio, propone una serie di approfondimenti sullo stato dell'arte, le novità e le tendenze di un settore dinamico.

#### MERCOLEDÌ 15 GENNAIO

Aprè la serie di incontri il convegno inaugurale **Il contributo della Marca del Distributore alla sfida dello sviluppo sostenibile e del Paese**, organizzato da ADM in collaborazione con *The European House-Ambrosetti*. Dalle 10.00 alle 13.00, nella *gallery hall* dei padiglioni 25-26. La fiera offre nella stessa giornata una serie di appuntamenti di carattere tematico.

- ore 14.30, **Il ruolo dell'innovazione sostenibile per il consumatore italiano e le strategie del trade a sostegno delle performance del reparto ortofrutta**. Se ne discuterà presso l'Agorà *Marca Fresh*, nel mall al padiglione 29.

#### GIOVEDÌ 16 GENNAIO

ore 10.00, la tradizionale 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, completato con una serie di *case history* di successo sul tema della sostenibilità dalle esperienze della Grande distribuzione organizzata internazionale. Presso la *gallery hall*.

- a seguire si terrà la premiazione per gli ADI PACKAGING DESIGN AWARD.

#### SANA UP

Il nuovo spazio dedicato all'incontro tra bio e Distribuzione Moderna Organizzata, che si tiene nel padiglione *Satellite* (il numero 28), ospiterà, il **15 gennaio**:

- ore 12.30, **L'importanza delle certificazioni nel 'free from' food e gli standard della marca privata**, a cura di *ElleFree* e *NtFood*;
- ore 14.00, **Cosmetici e GDO: trend e responsabilità**, a cura di *Cosmetica Italia*;
- ore 15.00, **Il ruolo del packaging per la sostenibilità ambientale nella GDO – Come il tema della sostenibilità sta impattando la value chain in Italia**, a cura di *Nomisma* e *Spin Life-Università di Padova*;
- ore 16.30, **Il ruolo della MDD nella categoria vino: oggi, domani, all'estero**, a cura di *Nomisma* e *Confagricoltura*.

Il **16 gennaio**, invece, avranno luogo i seguenti incontri:

- ore 12.00, **Packaging design: innovazione e sostenibilità su prodotti e processi**, a cura dello *IED Milano, Scuola Postgraduate*;
- ore 13.00, **La blockchain per il settore biologico**, a cura di *Euranet* e *FederBio Servizi*;
- ore 14.00, **Bio: il prezzo è giusto? La multifiliera bio e la tecnologia per garantire il mercato e i consumatori**, a cura di *AssoBio* in collaborazione con *FederBio Servizi*.

Informazioni su tutti gli appuntamenti sul sito [marca.bolognafiore.it](http://marca.bolognafiore.it)

