

## **Marca by BolognaFiere, 15-16 gennaio: al via il salone italiano della MDD, sempre più grande e sempre più internazionale**

*1.300 espositori, 35.000 mq per 9 padiglioni, 24 insegne della GDO e una vetrina di oltre 450 prodotti novità all'interno dell'IPLS – International Private Label Selection per un'edizione, la ventunesima, di ulteriore espansione.*

Milano, 13 gennaio – **Marca by BolognaFiere** si prepara a dare il via all'edizione più grande di sempre. Nel 2025 l'unico appuntamento in Italia dedicato alla MDD e l'unico in Europa che porta in fiera i principali retailer della distribuzione moderna festeggia il 21° compleanno con **1.300 aziende** (+23% sul 2024), **35.000 mq di area espositiva** (+26%), **9 padiglioni** (+2) e **24 insegne della GDO**: Alta Sfera, Ard/Ergon, C3, Carrefour, Conad, Coop, Coralis, Cortilia, Crai, D.it-Distribuzione Italiana, Decò Italia, Despar, Italy Discount, Fratelli Arena, Lekkerland, Marr, MD Italia, Migross, Pam Panorama, PiùMe, Risparmio Casa, S&C Consorzio Distribuzione Italia, Selex, Végé.

Sulla scorta di questi risultati, e di quelli ottenuti nelle 20 precedenti edizioni di Marca, BolognaFiere e **ADM - Associazione Distribuzione Moderna**, hanno reso strutturale la loro collaborazione, rinnovando la partnership strategica sulla rassegna espositiva fino al 2031, condividendo anche la proprietà del marchio che, dall'edizione 2026, diventerà **Marca by BolognaFiere ed ADM**. La registrazione congiunta del nuovo marchio conferma la volontà delle insegne della Distribuzione Moderna Organizzata di identificare in Marca il luogo di riferimento fondamentale per stabilire relazioni commerciali con chi vuole entrare nel settore della marca privata in Italia.

*“La 21ª edizione di Marca by BolognaFiere rappresenta per noi un traguardo importante. Non solo per la crescita – in termini di aziende presenti, superficie espositiva e merceologie rappresentate – che ancora una volta caratterizza l'evento, ma anche per il valore strategico della rinnovata partnership con ADM. A partire dall'edizione del 2026 la nostra sarà una partnership organizzativa di lungo periodo. In questo percorso condiviso abbiamo costruito un appuntamento che, di anno in anno, è diventato sempre più irrinunciabile per produttori e buyer di prodotti food e non food a marchio del distributore. Gli accordi commerciali che si stringono durante la due giorni di Marca contribuiscono significativamente alla crescita del settore e delle aziende che lo compongono. Si alimenta in questo modo un sistema virtuoso che vede la marca del distributore in continua espansione, in risposta a una domanda crescente da parte dei consumatori”,* dichiara **Gianpiero Calzolari**, presidente di BolognaFiere.

### **MDD: PERFORMANCE ED EVOLUZIONE NEI PRIMI 11 MESI DEL 2024**

La straordinaria crescita di Marca va di pari passo con la presenza sempre più consistente dei prodotti a marca privata nel carrello spesa degli italiani. Gli ultimi dati **Circana**, partner di BolognaFiere anche per il 2025, registrano nei primi 11 mesi del 2024 un **incremento a valore per la MDD del 2.4%** a totale Omnichannel con circa 26,6 miliardi di euro di ricavi complessivi e 30 punti di quota. **Aumento confermato nei volumi**, che segnano un importante **+3,3%**.

Dando uno sguardo alle merceologie, migliora il posizionamento competitivo della MDD tra i reparti merceologici con un particolare guadagno di punti quota nelle Carni (+0,6%), nel Cura Casa (+0,5%) e nei reparti Fresco (+0,4%) e Drogheria Alimentare (+0,3%). Tra le linee di offerta della MDD, la più dinamica risulta essere quella dei prodotti di Primo Prezzo, buone performance anche per le linee di alta gamma nei segmenti Premium e Funzionale, mentre rallenta la crescita delle linee Bio/Eco.

La crescita della MDD risulta inoltre andare di pari passo con la crescita dell'offerta, raggiungendo a novembre 2024 la quota assortimentale del 17,1%, in aumento di 0,5 punti rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

## MARCA IDENTITY

I **9 padiglioni** assegnati a Marca danno forza all'impianto generale della manifestazione, articolato nelle macro-aree espositive **Food e Non Food**. La sezione **Food** darà come di consueto spazio al meglio delle proposte Made in Italy e internazionali: dai prodotti da forno ai lattiero-caseari, passando per carni, salumi, pollame, senza dimenticare i prodotti ittici. E poi ancora olio, aceto e condimenti; salse e sughi pronti, dolci tentazioni, confetture e snack; surgelati; caffè, bevande ecc. Parallelamente, spetterà al comparto **Non Food** presentare tutto ciò che ruota attorno alla **cura della casa, della persona** e al **fai-da-te/bricolage**, con un occhio di riguardo ai temi dell'efficienza e della sostenibilità. Sarà questa un'area ricca di idee innovative e soluzioni pratiche, pensata per rispondere alle esigenze dei consumatori attenti al benessere psico-fisico e alla tutela dell'ambiente.

**Marca Fresh e Marca Tech** torneranno con le rispettive formule di successo. La 5ª edizione di **Marca Fresh**, organizzata in collaborazione con **SGMarketing**, con i suoi **60 espositori** renderà protagonista il settore del fresco e freschissimo in **ortofrutta**, chiamato a dialogare con la GDO all'insegna di una sempre più sentita e diffusa responsabilità economica, sociale e ambientale. Packaging, logistica, materie prime, ingredienti, tecnologia e servizi saranno invece protagonisti della 11ª edizione **Marca Tech** che porterà in vetrina i beni intermedi per la supply chain della MDD, presentando a produttori e retailer le ultime tendenze per innovare e operare in modo sostenibile, grazie alle oltre **100 aziende espositrici**.

## STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

Una delle principali novità dell'edizione 2025 è l'introduzione di una giornata in più, quella di martedì **14 gennaio**, che si aggiunge alle due di manifestazione (mercoledì 15 e giovedì 16), destinata esclusivamente agli **incontri B2B tra gli espositori (800 le aziende coinvolte nell'iniziativa) e i buyer della GDO internazionale (oltre 300 le presenze confermate, il doppio rispetto al 2024)** per un totale di **6.000 incontri** calendarizzati. L'iniziativa consentirà agli espositori di dialogare con interlocutori qualificati per avviare nuove relazioni e sviluppare partnership commerciali sui mercati esteri, per **60 Paesi rappresentati**.

Grazie alla partnership con **ICE Agenzia** e in particolare con **ICE Chicago**, Marca by BolognaFiere ha infatti selezionato alcune delle più influenti realtà dalla **distribuzione americana** tra cui H-E-B, The Fresh Market, Hy-Vee, Sprouts, Rouses Markets, Schnuck Markets.

A questi si aggiungono il **China Pavillion** al pad. 28, dedicato alla "quality in China" con 60 aziende del non food, e importantissimi **retailer europei ed extraeuropei**, come Coop Estonia, la tedesca Edeka, la francese Picard, insieme ad altri nominativi di rilievo come Italamo Distribution per la Slovacchia, Aurora Importing per il Canada, Arcane per il Giappone e Lami per la Turchia.

Il ventennale know-how nel segmento della MDD trova ulteriore espressione nello sviluppo di nuovi progetti fieristici internazionali: BolognaFiere **geo-clona il format di Marca** proponendolo su mercati ad alto potenziale, prima quello cinese e dal 2025 quello polacco. Attraverso joint venture strategiche con partner radicati nelle rispettive realtà, le due iniziative contribuiranno con sempre maggiore efficacia a mettere in contatto le aziende del made in Italy con la distribuzione moderna organizzata anche in mercati dove difficilmente riuscirebbero a entrare stabilmente muovendosi in autonomia.

La quarta edizione di **Marca China International Private Label Fair**, fissata per il **25 e 26 settembre 2025** a Guangzhou, è organizzata da BolognaFiere China Ltd, società controllata da BolognaFiere SpA in collaborazione con la China Food Association, la Shenzhen Retail Business Association e la China Chamber of Commerce for Import and Export of Light Industrial Products and Arts-Crafts.

Debutterà a **Poznań il 2 e 3 aprile 2025** la prima edizione di **Marca Poland**. Co-organizzata da BolognaFiere e da MTP Grupa, Marca Poland punta a rivoluzionare il mercato della private label in Polonia e dell'Est europeo aprendo nuove e importanti opportunità di sviluppo per le aziende italiane. Nei padiglioni 7 e 8 del polo fieristico di Poznań è prevista la presenza di oltre 200 espositori in arrivo da Polonia, Italia, Spagna, Germania e altri Paesi, insieme a 250 buyer in rappresentanza della GDO europea, prevalentemente dell'Est.

### **INTERNATIONAL PRIVATE LABEL SELECTION – IPLS: 180 AZIENDE E OLTRE 450 PRODOTTI IN MOSTRA**

Crescono in modo significativo l'interesse e la partecipazione anche per l'**International Private Label Selection – IPLS**, l'iniziativa promossa da Marca by BolognaFiere in collaborazione con Expertise On Field – IPLC.

L'IPLS metterà in vetrina **oltre 450 prodotti novità**, lanciati o di prossimo lancio da parte delle **180 aziende** espositrici che hanno aderito all'iniziativa. Questi prodotti, disponibili in una sezione dedicata del sito web, saranno esposti all'interno dell'**IPLS Manufacturers' Innovation Expo**, un'area dove saranno visibili in anteprima ai buyer internazionali durante la preview del 14 gennaio e a tutti i visitatori nei giorni dell'evento. L'esposizione dell'IPLS proseguirà anche nei prossimi mesi, quando verrà riproposta in occasione di altre iniziative internazionali organizzate da **Marca by BolognaFiere**, a partire da **Marca China** e **Marca Poland**.

È in programma per mercoledì 15 gennaio l'assegnazione del **premio IPLS 2025**.

### **MARCA TALKS: DUE GIORNI DI FORMAZIONE DI ALTO LIVELLO**

Sono **quattro** gli **appuntamenti istituzionali di Marca by BolognaFiere 2025**, occasioni fondamentali per analizzare le principali tendenze e dinamiche del settore.

Si parte mercoledì 15 gennaio alle 10.15 nella Gallery hall (pad. 21-22) con il **Convegno Inaugurale Marca by BolognaFiere 2025**, organizzato da ADM e The European House Ambrosetti, che darà ufficialmente il via alla 21ª edizione. La **Tavola rotonda sul packaging: ruolo strategico della filiera per la PL**, organizzata da Marca by BolognaFiere e ADM con la partecipazione di alcuni retailer, è in programma a partire dalle 15.00 nel Marca Tech Lab (pad. 36).

Giovedì 16 gennaio la Gallery Hall ospiterà altri due eventi chiave: alle 10.30 la **Presentazione del XXI Rapporto Marca**, a cura di Circana in collaborazione con Marca by BolognaFiere, seguita alle 11.30 da **Dimmi che età hai e ti dirò come compri! Come le diverse strategie di acquisto influenzano i trend del non food**, con una sintesi sugli ultimi dati dell'**Osservatorio Non Food** di GS1 Italy.

Grande fermento anche per le due aree tematiche, **Marca Fresh** e **Marca Tech**, che animeranno gli spazi con incontri dedicati all'innovazione, alle nuove tendenze e alle soluzioni più avanzate per il futuro del retail.

Mercoledì 15 gennaio il Marca Tech Lab proporrà al mattino **Ecommerce grocery: sfide ed opportunità per i supermercati e i retailer online**, mentre nel pomeriggio si terrà il convegno dedicato alla presentazione dei dati dell'**Osservatorio packaging del largo consumo Nomisma. Il packaging nelle scelte di retailer e consumatori**.

Giovedì 16 saranno due gli appuntamenti chiave: **Dal bilancio di sostenibilità ai green claims**, promossi da AzzerCO2 e Il Buon Gusto Italiano, e la **Premiazione dell'ADI Packaging Design Award**, organizzato da ADI Associazione per il Design Industriale, Delegazione Emilia-Romagna.

Non da meno, l'Agorà di Marca Fresh (pad. 29) durante la prima giornata darà spazio a **Il reparto ortofrutta al servizio dei nuovi modelli di consumo**, incontro a cura di SGMarketing, come pure il successivo **Focus: Il biologico assortimento, vissuto, e driver di acquisto**.

Si proseguirà il 16 gennaio con il convegno di myfruit.it, con un focus sulla comunicazione in reparto, e l'incontro **Le donne del retail: Ortofrutta tra esperienza e sostenibilità – Il futuro è adesso** dove si discuterà del ruolo delle donne in ambito retail, con un occhio attento alla sostenibilità e alle nuove sfide del mercato.

Altri appuntamenti in calendario: il workshop di GS1 Italy Servizi su soluzioni digitali per misurare e comunicare sempre meglio la sostenibilità in un'ottica B2B2C, la premiazione del **PLM Award** e l'incontro di AssoBio su **innovazione, fiducia e sostenibilità per un nuovo rapporto con il consumatore** nel settore bio.

### **MARCA PER IL SOCIALE**

La 21ª edizione Marca by BolognaFiere dà ampio spazio a temi e istanze di inquadramento sociale promuovendo un progetto di **parità di genere** in Mozambico insieme al **CEFA – Il seme della solidarietà** che si inserisce nella cornice degli **Obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda ONU 2030**.

Per contrastare lo spreco alimentare e sostenere i cittadini in condizione di fragilità economica, **Marca by BolognaFiere** rinnova la partnership con **Caritas diocesana di Bologna** a cui saranno donati i prodotti alimentari esposti in fiera.

**Marca by BolognaFiere – 21<sup>a</sup> edizione**

Orari di apertura:

Mercoledì 15 gennaio 9.30 – 18.00

Giovedì 16 gennaio 9.30 – 17.30

Ingresso Ovest Costituzione

Ingresso Nord

Ingresso Est Michelino

**Rai – Radiotelevisione italiana** è media partner di Marca by BolognaFiere 2025

**Ufficio stampa Marca by BolognaFiere**

Sveva Scazzina – 347 2363941

Sara Telaro – 340 9214636

Absolut eventi & comunicazione

[marcapress@absolutgroup.it](mailto:marcapress@absolutgroup.it)

Tel. 051 272523

[www.marca.bolognafiere.it](http://www.marca.bolognafiere.it)

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[YouTube](#)