

**MARCABYBOLOGNAFIERE CRESCE ANCORA
IN UN SETTORE IN CUI LA MDD, PER LA PRIMA VOLTA, SUPERA I 10MLD DI FATTURATO**

9.538 VISITATORI (+ 21%), 706 ESPOSITORI (+ 15%)

Cresce ancora **MarcabyBolognaFiere**, il **Salone Internazionale dedicato ai prodotti a Marca del Distributore**, organizzato da **BolognaFiere** in collaborazione con **ADM**, la cui 14^a edizione ha avuto luogo mercoledì 17 e giovedì 18 gennaio nel Quartiere fieristico di Bologna registrando **9.538 visitatori**, con un incremento del 21% rispetto all'edizione precedente. Trend più che positivo che si aggiunge all'incremento degli espositori (706, +15% sul 2017) e delle superfici vendute (+11%). Quattro, infine, le nuove insegne - PAM, REWE Group, Consorzio C3, Leader Price Italia (21 in tutto) – che, in questa edizione, hanno aderito all'iniziativa entrando a far parte del Comitato Tecnico Scientifico di **MarcabyBolognaFiere**, costituito dalle più importanti Insegne della DMO.

Rafforzata, anche, la cifra internazionale della manifestazione che ha portato in fiera 80 delegazioni estere da 19 diversi Paesi, con una notevole presenza di category manager provenienti dal mondo del retail, un risultato che arriva anche grazie al fondamentale supporto di Agenzia ICE per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese.

I risultati dell'edizione 2018 sono un importante biglietto da visita che conferma **MarcabyBolognaFiere** - unico evento in Italia nel settore della **Marca del Distributore** e secondo a livello europeo – come il **Salone** italiano di riferimento per le Insegne, i produttori e i distributori italiani. Un appuntamento che, nei due giorni di apertura, offre workshop e convegni specialistici finalizzati a conoscere i nuovi processi d'acquisto e gli orientamenti che stanno trasformando radicalmente questo comparto.

È tutto il settore a crescere: la MDD è sempre più vero e proprio brand che risponde ai bisogni dei consumatori al pari dell'industria di marca, con importanti traguardi. È la prima volta, infatti, che supera in Italia nel largo consumo confezionato i **10 miliardi di ricavi**, con una **quota di mercato del 18,7%**.

*“Quella del 2018 è stata un'edizione che ci ha dato forti conferme – dichiara **Gianpiero Calzolari**, presidente di **BolognaFiere** - Il percorso avviato quattordici anni fa si è dimostrato di successo e di supporto ai produttori italiani, anche in termini di internazionalizzazione. I dati e le analisi presentate in questa edizione hanno certificato l'evoluzione dei prodotti a marchio del distributore che, oggi, si esprimono in un'ampia gamma di tipologie: dal biologico alle linee funzionali, fino alle eccellenze territoriali enogastronomiche, decretandone anche l'ampio riconoscimento della qualità. Il successo di **MarcabyBolognaFiere**, deriva, inoltre, dalla stretta collaborazione instaurata con **ADM** e con le principali insegne della Grande Distribuzione che partecipano alla manifestazione e hanno un ruolo importante nella definizione delle strategie di sviluppo della Fiera”.*

L'edizione 2018 si è aperta con il convegno *“Marca del Distributore. Il valore e il ruolo per il sistema-paese”*, organizzato da **ADM** in collaborazione con **The European House – Ambrosetti**, in cui, attraverso il modello dei “Quattro Capitali”, di proprietà del prestigioso Studio professionale, sono stati illustrati i risultati dell'analisi del contributo economico, sociale, cognitivo e ambientale generato dalla **Marca del Distributore** per il sistema-Paese. Tra i relatori **Gerd Leonhard**, CEO di **The Future Agency** e tra i più considerati futurologi e influencer, e il presidente di **ADM** **Giorgio Santambrogio**.

*“Marca 2018 si è rivelata un appuntamento di grande successo – afferma **Santambrogio** - proprio nell'anno in cui la **Marca del Distributore** è stata protagonista di un momento di considerevole dinamismo. La MDD ha modificato la sua essenza, passando a vero e proprio brand e quella che prima*

era definita private label è diventata Marca del Distributore: non più private, perché è venduta all'estero e on line, come un prodotto pari all'industria di marca, in grado di fornire un contributo all'intero sistema paese Italia. E grazie alla collaborazione con The European House - Ambrosetti, abbiamo raccontato la nuova MDD inquadrandola all'interno del loro modello dei 4 capitali fondamentali: capitale economico, capitale sociale, capitale ambientale e capitale cognitivo. In un futuro, già realistico, immagino che la MDD vada oltre il ruolo di marca per affermarsi come Insegna".

In apertura della seconda giornata è stato presentato il *XIV Rapporto annuale sull'evoluzione della Marca del Distributore*, presentato da BolognaFiere e ADM in collaborazione con IRI, che ha offerto una panoramica sui trend che caratterizzano i consumi dei prodotti a MDD, ma anche sulle modalità organizzative adottate dai distributori per favorire pratiche innovative nel processo strategico di gestione della MDD in portafoglio. Il Rapporto ha evidenziato che nel 2017 il settore ha registrato un aumento di fatturato di **266 milioni** nel Largo Consumo Confezionato (LCC), con un incremento del **volume** del **1,7%** e del **valore complessivo** del **2,7%**.

"L'interesse del consumatore è rivolto in particolare a quei segmenti che si posizionano nella parte alta del mercato (biologico, funzionale, ecologico, free from), in cui il consumatore è più vigile e attento e richiede qualità, sostenibilità e sicurezza assolute. La GDO è diventata, ora, il grande hub che fa qualità, che veicola attraverso i suoi prodotti un processo di upgrading delle filiere. Questo credo sia il grande messaggio di oggi", ha dichiarato a margine del convegno il **prof. Guido Cristini**, docente di Marketing dell'Università di Parma.

"*Il settore va bene, siamo ottimisti e ci sono i numeri a confermarlo. Sono 14 anni che facciamo questo rapporto sulla marca commerciale e in questi ultimi anni devo dire che c'è molta vivacità sia nelle aziende di distribuzione, sia nelle aziende copacker, che hanno rinvigorito il mondo della marca commerciale*", ha commentato a margine del convegno **Gianmaria Marzoli**, Vice President Retail IRI.

Tra gli appuntamenti di MarcabyBolognaFiere 2018 anche l'assegnazione dell'**ADI Packaging Award**; giunto alla terza edizione, il premio è nato da un progetto di **ADI - Associazione per il Disegno Industriale** con l'obiettivo di valorizzare i prodotti più innovativi del packaging italiano: il riconoscimento è andato a due prodotti nel settore food e a due nel settore non-food cui si aggiunge una Menzione d'Onore.

Nel primo settore sono stati premiati l'Azienda Pedon per *Happy Veggie* e Buona Compagnia Gourmet per *Patamore*; nel settore non food l'azienda Kastania per *Kastania* e Clendy per *Igiene Casa*. La Menzione d'onore è stata attribuita a Italia Zuccheri per il prodotto *Una scelta di valore*.

In Media Res Comunicazione – Ufficio stampa MARCA

press@inmediarescomunicazione.it

Alessia Piccioni, cell +39 331 9949114 - piccioni@inmediarescomunicazione.it

Flavia Innocenti, cell. +39 331 7378814 - innocenti@inmediarescomunicazione.it

Affari Generali, Comunicazione e Rapporti Istituzionali BolognaFiere SpA

Isabella Bonvicini, tel. 051 282920 – cell. 335 7995370 - isabella.bonvicini@bolognafiere.it

Ufficio stampa BolognaFiere SpA

Gregory Picco, tel. +39 051 282862 - cell. +39 3346012743 - gregory.picco@bolognafiere.it