

IPLS – International Private Label Selection 2024: l’innovazione di prodotto a Marca by BolognaFiere

La sfida comune dell’innovazione di produttori e distributori per lo sviluppo della Marca del Distributore.

Bologna, 16 gennaio – Sostenibilità, benessere e salute, innovazione, territorio, Made in Italy sono solo alcuni dei trend al centro dell’**International Private Label Selection 2024 – IPLS**, che torna protagonista in fiera, nelle giornate del 16 e 17 gennaio 2024, in una veste completamente rinnovata.

L’iniziativa, organizzata da **Marca by BolognaFiere** in collaborazione con **Expertise on Field – IPLC The Retailer Brand Specialists**, si presenta come vetrina per valorizzare una selezione di **novità del mercato**, proposta dalle aziende espositrici, che propongono prodotti in linea con le principali tendenze di acquisto, utilizzo e consumo. **IPLS 2024** è un **percorso alla scoperta delle ultime innovazioni di prodotto**, leva particolarmente efficace per entrare in nuovi mercati e opportunità da cogliere per l’avvio di strategie di sviluppo.

Sono diversi, infatti, i requisiti che deve avere un brand affinché milioni di consumatori lo considerino una grande marca. Gli esperti internazionali IPLC hanno analizzato e valutato con attenzione tutte le proposte presentate, rilevando le caratteristiche più innovative e promettenti rispetto ai 5 principali trend di consumo e utilizzo.

L’ESPOSIZIONE DEI PRODOTTI NEI PRINCIPALI TREND DI CONSUMO

1. Prodotti locali, vicini e del “made in Italy”

I consumatori **apprezzano e privilegiano sempre più prodotti di prossimità**, non solo per ragioni di trasparenza, freschezza e minore impatto ambientale, ma anche per senso di appartenenza ai territori e comunità. Prodotti appena raccolti, stagionali, poco elaborati, e per questo meno costosi, realizzati ricorrendo a pratiche agricole e produttive rispettose della natura: **in una parola, “prodotti semplici”**. Sono spesso prodotti che **portano oltre confine la reputazione del “Made in Italy” non solo alimentare**.

2. Prodotti per il benessere, la salute, “free from e rich in”.

Sono prodotti per chi cerca prodotti salubri, anche non alimentari, sani per la persona, la casa, gli animali domestici e il tempo libero. **Nella “personalizzazione del benessere”** si ritrovano **prodotti**, spesso certificati, che garantiscono l’assenza (**free from**) di allergeni o ingredienti da evitare per la propria condizione di salute (glutine, lattosio, zucchero), ma anche **prodotti ricchi (rich in)** di nutrienti come le proteine indicate per gli sportivi e le persone anziane ecc.

3. Flexitariano, vegetariano e vegano

Chi non ha sentito parlare di dieta vegetariana o vegana? La prima elimina la carne dalla tavola, la seconda, invece, qualsiasi prodotto di origine animale (anche le uova, il latte...). Ma sempre più sentiamo parlare di **dieta “flexitariana o reducetariana”**, quella di chi intende consumare prodotti sia di origine vegetale sia animale, anche misti (per esempio un macinato misto di carne e verdure), con l’obiettivo di ridurre il consumo di prodotti animali per ragioni di salute, ambientali ed etiche.

4. Prodotti e snacks pronti al consumo

Vite sempre più frenetiche **lasciano poco tempo da dedicare alla selezione e preparazione del cibo e alla cucina**. I piatti pronti rispondono al bisogno di un pasto veloce, di qualità e bilanciato, in casa, ufficio e fuori casa. Sono prodotti che intersecano i confini tra momenti di acquisto e consumo, tra retail e ristorazione.

5. Prodotti sostenibili e confezioni a ridotto spreco, costo e impatto ambientale

Un prodotto è sostenibile grazie all’utilizzo di ingredienti, materiali e lavorazioni dell’economia circolare e rigenerativa, oppure grazie all’utilizzo di ingredienti con origini e filiere trasparenti, ma anche per il basso impatto

ambientale generato o, per finire, per la provenienza da filiere eque, giuste, senza sfruttamento e con impatto sociale positivo. L'innovazione del packaging, necessaria per la protezione, il trasporto e lo stoccaggio del prodotto, consiste **nella riduzione delle dimensioni, quantità e varietà di materiali, sempre più spesso sostituiti da altri riciclati o rigenerati e a ridotto impatto ambientale.**

I NUMERI DELL'INNOVAZIONE MDD AL "MANUFACTURERS' INNOVATION EXPO"

IPLS 2024 porta in mostra al pad. 28 di BolognaFiere circa **100 prodotti innovativi** presentati dalle aziende espositrici **che realizzano, complessivamente, un fatturato annuo vicino al 1 miliardo di euro.** L'esposizione mette in risalto come l'innovazione dei produttori per la MDD sia sempre più qualificata e coerente con i trend di consumo e utile allo sviluppo nei mercati domestici, Italia ed Europa, e globali.

Il trend **Benessere e Salute** è quello più rilevante, al **27%** dei prodotti in esposizione. Tra questi si trovano l'acqua e le bevande alcaline, con ph pari o superiore a 9, per coloro che hanno problemi di stress e infiammatori, soprattutto all'apparato digerente, oppure le paste fresche che, sulla base delle nuove regole EFSA, contribuiscono a mantenere basso il livello glicemico nel sangue. Ma anche prodotti non alimentari di cosmesi che agiscono anche sul benessere psicologico e le fragranze naturali derivate da fiori da territori vocati, in spray senza gas (per l'impatto ambientale).

Il secondo trend, che copre un altro **26%**, è quello dei prodotti locali, vicini e del **"Made in Italy"** come i prodotti gourmet a base di tartufo, in confezioni innovative, dai territori italiani vocati o i prodotti vegetali surgelati della qualità eccellente di un territorio vocato del centro Italia. Entrambi i prodotti sono anche testimoni del "Made in Italy" quando varcano i confini per l'esportazione.

Il terzo trend, al **19%**, è quello della **sostenibilità** declinata in diversi modi: l'ambito del packaging con prodotti che per dimensione e materiali utilizzato, consentono di ridurre, fino a eliminare, anche per prodotti freschissimi come l'ortofrutta, la plastica vergine o a contenere in confezioni più piccole e pratiche le salviette umidificate, riducendo anche, grazie a questo, l'emissione di CO₂ e i costi nella supply chain.

Al **15%** troviamo il trend dei **prodotti pronti e degli snack ad alto contenuto di servizio**, ma anche sempre più salubri, come quelli a base di legumi in pratiche confezioni o snack gustosi o prodotti dolci senza glutine o sandwich con un apporto elevato di proteine.

Infine, ma non per importanza, i prodotti per **flexitari, vegetariani e vegani** al **13%**, che consentono a tutti di esplorare e testare diete con alternative a prodotti di origine animale con alte performance gustative e a vantaggio della propria salute e della salute dell'ambiente. Le produzioni animali, rispetto alle altre produzioni agroalimentari, sono le principali responsabili dell'emissione di CO₂eq in atmosfera, dell'inquinamento dei terreni nelle zone di produzione e del consumo di acqua.

Ufficio stampa Marca by BolognaFiere

Sveva Scazzina – 347 2363941
Sara Telaro – 340 9214636
Absolut eventi & comunicazione
MARCApress@absolutgroup.it
Tel. 051 272523

Per restare aggiornati su Marca by BolognaFiere:

marca.bolognafiere.it
[Linkedin](#)
[Twitter](#)
[YouTube](#)