

MARCA BY BOLOGNAFIERE: UNA 21^A EDIZIONE A TUTTO BUSINESS

Al primo semestre 2024, la Marca del Distributore segna una crescita a valore del 2.7%, trainata dalle scelte di acquisto degli italiani, e sviluppa oltre 14,5 miliardi di euro di ricavi complessivi (fonte: Circana).

Forte di questi dati, Marca By BolognaFiere cresce e si proietta al 2025 con tante novità, tra cui l'International Buyers Preview del 14 gennaio, una giornata in più per gli incontri B2B e per ulteriori occasioni di networking.

Bologna, 2 agosto 2024 – **Marca by BolognaFiere** si prepara a una 21^a edizione a tutto business. La manifestazione, organizzata in collaborazione con **ADM - Associazione Distribuzione Moderna**, si farà nuovamente specchio del mercato e punto di riferimento dell'intero ecosistema della Marca del Distributore.

In un periodo caratterizzato da trasformazioni, inflazione e riduzione del potere di acquisto delle famiglie, l'appuntamento fieristico punta i riflettori sulle abitudini di consumo sempre più orientate alla MDD, un settore in crescita in tutta Europa, nonché sulle strategie e i modelli di sviluppo utili alla community professionale in cerca di soluzioni innovative e sostenibili per affrontare le sfide attuali e future del mercato.

MDD: PANORAMICA AL PRIMO SEMESTRE 2024

La crescita di **Marca by BolognaFiere** trova riscontro negli ottimi dati sulle vendite dei prodotti a marca privata. Come certifica **Circana** – partner di BolognaFiere anche per il 2025 – al primo semestre 2024, la Marca del Distributore risulta il segmento più dinamico del mercato: con un **incremento delle vendite a valore di +2,7%** a totale Omnichannel, la MDD sviluppa oltre **14,5 miliardi di euro di ricavi complessivi**, raggiungendo **30,1 punti di quota** (+0,2 rispetto al primo semestre 2023). Crescita confermata anche da un **aumento dei volumi di vendita del +3,6%**.

Guardando alle merceologie, **migliora il posizionamento competitivo della MDD** in tutti i reparti, con particolare riferimento ai segmenti **drogheria alimentare, carni e pet care** (tutti al +0,5 pti quota) e al **cura casa** (+0,4 pti). L'incremento a valore tra i reparti è sostenuto da un contestuale aumento nei volumi, fatta eccezione per il reparto bevande.

Con un trend positivo e un'**ampia offerta assortimentale**, che ben coniuga qualità e convenienza, la MDD è preferita da milioni di consumatori, ricoprendo sempre più un ruolo chiave per lo sviluppo del settore e del comparto agroalimentare.

MARCA IDENTITY

Marca by BolognaFiere è l'unico appuntamento in Italia interamente dedicato ai prodotti food e non food a Marca del Distributore e l'unico in Europa a poter contare sulla presenza in fiera degli stand delle principali insegne della Distribuzione Moderna Organizzata, in qualità di espositori e di membri del Comitato Tecnico Scientifico dell'evento. La presenza in manifestazione di decine di importanti buyer di queste catene contribuisce ad accrescere il peso strategico di Marca all'interno del palinsesto fieristico internazionale.

A sei mesi dalla 21^a edizione, **big player dell'industria, ma anche marchi storici specializzati in private label**, così come numerose piccole e medie imprese, hanno confermato la propria partecipazione sottolineando la fiducia e l'entusiasmo per un'iniziativa capace di anticipare le tendenze e di creare nuove opportunità di business nel comparto MDD.

È stato inoltre siglato recentemente l'accordo triennale con **UnionAlimentari-Confapi** – associazione di 2.800 PMI che tutela e promuove gli interessi economici e sociali delle piccole e medie industrie dell'agroalimentare italiano – che mira a incrementare la partecipazione a Marca 2025 da parte degli associati che operano nel settore.

I **9 padiglioni** assegnati a Marca – due in più rispetto al 2024 – 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 formo ai lattiero-caseari, passando per carni, salumi, pollame, senza dimenticare il pesce e 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 si ripropongono con le rispettive formule di successo. La 5ª edizione di **Marca Fresh**, organizzata in collaborazione con **SGMarketing**, 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.

STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

Condividere e intensificare una strategia di promozione di **Marca By BolognaFiere** sulle piazze internazionali efficientando risorse e nuove opportunità di business, accrescere la visibilità sui mercati e diventare punto di riferimento globale in materia di MDD: è da questi presupposti che nasce la principale novità dell'edizione 2025, l'introduzione di una giornata in più, quella di martedì **14 gennaio**, che si aggiunge alle due di manifestazione (**mercoledì 15 e giovedì 16**), e destinata esclusivamente agli **incontri B2B**. L'iniziativa offrirà agli espositori la possibilità di dialogare con buyer selezionati e qualificati per avviare nuove relazioni e sviluppare partnership commerciali sui mercati esteri. L'**International Buyers Preview** del **14 gennaio** è stata accolta con grande entusiasmo sia da parte degli espositori iscritti, sia dai buyer esteri che hanno già confermato la loro presenza, a ulteriore riprova della crescita internazionale della fiera.

MARCA TALKS

Si conferma di grande richiamo per il pubblico di operatori e professionisti il **programma convegnistico di Marca**, articolato in conferenze e focus sui più attuali dati di mercato, con workshop e focus tematici che coprono ogni aspetto d'interesse per la private label.

È calendarizzata al mattino di mercoledì 15 gennaio la presentazione del **Position Paper di The European House-Ambrosetti**, promosso da **ADM** e **Marca by BolognaFiere**, cui seguirà un momento di approfondimento con stakeholder e protagonisti del settore.

Nel pomeriggio, spazio al **XXI Rapporto Marca by BolognaFiere**, annuale fotografia sul ruolo della Marca del Distributore scattata da **Circana**, e alla seconda edizione del convegno tenuto da **GS1 Italy** con un approfondimento sul suo **Osservatorio Non Food**, lo studio annuale dedicato alle tendenze di 13 settori non alimentari, e sul **Digital Product Passport**, l'insieme di informazioni sul prodotto a supporto dell'economia circolare e della sostenibilità. Inserito nel quadro delle iniziative comunitarie su sostenibilità ed economia circolare, il passaporto digitale del prodotto fornirà ai prodotti coinvolti un'identità univoca, collegata a una o più fonti di dati, e conterrà informazioni legate all'intero ciclo di vita del prodotto come origine, composizione, durabilità, opzioni di riparazione e smontaggio e riciclabilità dei diversi componenti del prodotto. **GS1 Italy** sarà presente anche con uno stand, dove saranno disponibili tutte le informazioni inerenti al Digital Product Passport e agli standard e alle soluzioni che ne supportano la realizzazione.

Ad animare le giornate di manifestazione anche gli incontri specialistici di **Marca Fresh**, la presentazione dell'**Osservatorio Packaging del largo consumo** a cura di **Nomisma** e la premiazione dell'**ADI Packaging Design Award**.

INTERNATIONAL PRIVATE LABEL SELECTION – IPLS

Di sicuro richiamo per gli operatori in visita sarà la nuova edizione dell'**International Private Label Selection – IPLS**, promossa da **Marca by BolognaFiere** in collaborazione con **Expertise On Field – IPLC**. L'IPLS metterà in vetrina prodotti lanciati o di prossimo lancio delle aziende espositrici. Questi prodotti saranno inizialmente presentati in una sezione dedicata del sito web e successivamente esposti all'interno di uno spazio denominato **IPLS Manufacturers' Innovation Expo**, dove saranno visibili in anteprima ai buyer internazionali durante la preview del 14 gennaio e a tutti i visitatori nei giorni dell'evento, il 15 e 16 gennaio. L'esposizione dell'IPLS proseguirà anche nei mesi successivi, quando verrà riproposta in occasione di altre iniziative internazionali organizzate da **Marca by BolognaFiere**, a partire da **Marca China**.

*Per ogni aggiornamento su **Marca by BolognaFiere** (15-16 gennaio 2025) e per scaricare la domanda di partecipazione, è disponibile il sito: www.marca.bolognafiere.it*

Ufficio stampa Marca by BolognaFiere

Sveva Scazzina – 347 2363941

Sara Telaro – 340 9214636

Absolut eventi & comunicazione

marcapress@absolutgroup.it

Tel. 051 272523

www.marca.bolognafiere.it

[Linkedin](#)

[Twitter](#)

[YouTube](#)