

## MARCA BY BOLOGNAFIERE & ADM: IL NON FOOD PILASTRO STRATEGICO DELLA DMO

**Il 15 gennaio, l'Osservatorio Non Food di GS1 Italy  
in collaborazione con MARCA by BolognaFiere & ADM fotografa l'evoluzione del  
comparto extra-alimentare tra ricerca di semplicità e nuovi utilizzi dell'AI.**

**Bologna, 14 gennaio** – Nell'ecosistema di MARCA by BolognaFiere & ADM, il **Non Food** si afferma sempre di più come un pilastro strategico della Distribuzione Moderna Organizzata, un comparto in forte espansione e capace di ridefinire l'identità delle Insegne e la fedeltà dei consumatori. Dalla cura della casa alla cura della persona, con i nuovi brand di skincare per le generazioni più giovani, la MDD extra-alimentare evolve verso un posizionamento premium, rispondendo al bisogno di soluzioni pratiche ed efficaci per la vita quotidiana.

A testimoniare la rilevanza del settore è la presenza a MARCA by BolognaFiere & ADM 2026 anche di Insegne specializzate nel Non Food, come Risparmio Casa e PiùMe, alle quali si aggiunge quest'anno Caddy's (Gruppo DMO), che rafforza il presidio su cura persona, cura casa, skincare e pet care – segmenti ad alto valore nella costruzione dell'identità della Marca del Distributore.

### **L'Universo Non Food a MARCA by BolognaFiere & ADM: le categorie chiave**

Il Non Food a MARCA by BolognaFiere & ADM 2026 occupa spazi espositivi sempre più ampi (+12% rispetto al 2025), con il **Padiglione 30** interamente dedicato a questo mondo.

Le principali categorie che compongono l'offerta includono:

- **prodotti per la persona:** cura della persona (igiene, articoli sanitari), toilette e cosmetici (skincare, profumeria, cura dei capelli) e prodotti per la salute (integratori, vitamine);
- **prodotti per la casa:** casalinghi (detergenza, pulizia, biancheria) e fai da te (giardino, utensileria);
- **prodotti per animali domestici:** un segmento in forte accelerazione, che include pet food, lettiere e accessori vari.

*"Il comparto extra-alimentare riveste un'importanza crescente all'interno della manifestazione", dichiara Antonella Maietta, Exhibition Manager di MARCA by BolognaFiere & ADM. "L'innovazione in questo comparto segue traiettorie precise: posizionamento premium, specializzazione e attenzione al benessere. È un settore in cui la MDD sta ridefinendo gli standard, spesso anticipando tendenze che poi il mercato adotta".*

### **L'Osservatorio GS1 Italy: la bussola per un Non Food "senza frizioni"**

Il momento cruciale per l'analisi del settore sarà la mattina del **15 gennaio (ore 11:00, Gallery Hall 2)**, con la presentazione dell'**Osservatorio Non Food di GS1 dal titolo "Non Food senza frizioni: l'AI come bussola tra overload e semplicità"**.

Il perimetro di indagine abbraccia **13 comparti non alimentari eterogenei**, dall'elettronica all'arredamento, accomunati da una dinamica trasversale: la ricerca di comfort e semplicità da parte di un consumatore sempre più esigente. La disponibilità del "tutto e subito", online e offline, non

sempre si traduce in accessibilità: l'eccesso di offerta e informazioni può generare disorientamento e paralizzare la scelta.

In questo scenario, GS1 Italy ha analizzato il comportamento dei consumatori non food per comprendere l'impatto della sovrabbondanza informativa sul processo di acquisto e valutare se l'Intelligenza possa rappresentare un possibile strumento di supporto per navigare nella complessità e per ottenere informazioni specifiche, coerenti con le proprie esigenze.

*"In un mercato estremamente eterogeneo, come quello analizzato dal nostro Osservatorio Non Food, la sfida per il consumatore è trovare esperienze d'acquisto senza frizioni, comode e memorabili" spiega Samanta Correale, Business Intelligence Senior Manager di GS1 Italy. "Dalla ricerca emerge che almeno un consumatore su tre cerca informazioni prima di effettuare un acquisto, confrontandosi con una molteplicità di canali e fonti. In questo contesto l'Intelligenza Artificiale potrebbe diventare uno strumento di semplificazione e orientamento, capace di aiutare il consumatore a fare ordine nella sovrabbondanza informativa, lasciando però spazio a un percorso di adozione ancora in evoluzione".*

MARCA by BolognaFiere & ADM si conferma così l'unico ecosistema fieristico capace di integrare l'intera offerta della MDD, garantendo ai retailer internazionali un punto di osservazione privilegiato anche sui trend extra-alimentari che influenzeranno i mercati nei prossimi anni.

**MARCA by BolognaFiere & ADM 2026**  
**14-15 gennaio, 2026 Bologna**  
[www.marcabybolognafiere.com](http://www.marcabybolognafiere.com)

**UFFICIO STAMPA MARCA by BolognaFiere & ADM:**

**AD MIRABILIA**

Tel. +39 02 4382191

Email: [marca@admirabilia.it](mailto:marca@admirabilia.it)

Contatto:

Roberta Guarragi [+39 348 288 76 74](tel:+393482887674)

Laura Sanfelici +39 346 6302391

**A proposito di MARCA by BolognaFiere & ADM**

**MARCA by BolognaFiere & ADM** è la fiera della Marca del Distributore co-organizzata da BolognaFiere e ADM. Ogni gennaio, a Bologna, inaugura l'anno della Private Label con l'unico format al mondo in cui le Insegne della DMO espongono direttamente, affiancate da oltre 1.500 produttori Food e Non-Food. Più di 25.000 i visitatori attesi nei 10 padiglioni della manifestazione. MARCA by BolognaFiere & ADM offre aree specializzate – MARCA Fresh, MARCA Tech e MARCA Trend con i MARCA Awards –, completando una proposta che



include convegni, il Rapporto Annuale MDD di Circana e l'International Buyers Preview per i buyer esteri. Con MARCA Poland e MARCA China, MARCA by BolognaFiere & ADM è al centro di un network internazionale che porta l'eccellenza della MDD sui mercati esteri.