

## MARCA POLAND 2026 AL VIA: LA MARCA DEL DISTRIBUTORE PROTAGONISTA NELL'EUROPA CENTRO-ORIENTALE

**La seconda edizione della fiera internazionale prende il via oggi, 21-22 aprile, presso il Poznań Congress Center. Un appuntamento che unisce il “Modello Bologna” al dinamismo del mercato CEE, con la presenza dei principali retailer, l’Hosted Buyers Programme di ITA e un programma convegnistico focalizzato su innovazione e qualità.**

Poznań, 21 aprile 2026 – MARCA Poland 2026 apre ufficialmente oggi le sue porte. La seconda edizione, organizzata da BolognaFiere Group in partnership con Grupa MTP, rafforza ulteriormente il proprio ruolo come piattaforma di riferimento per il settore della Marca del Distributore (MDD) nell’Europa Centro-Orientale (CEE).

### **Un mercato a un punto di svolta**

La manifestazione si inserisce in una fase cruciale per il mercato. In Polonia, la Marca del Distributore ha raggiunto una quota del 24% della spesa delle famiglie nel largo consumo confezionato, con vendite in valore in crescita del +6,6% su base annua, secondo il report Circana realizzato per MARCA Poland. In tutta la regione – inclusi Romania e Repubblica Ceca – i consumatori privilegiano sempre più qualità, salute e benessere rispetto alla sola leva del prezzo, una transizione che MARCA Poland intende accompagnare e accelerare.

### **Gli interventi all’apertura**

In occasione dell’apertura, i principali rappresentanti del settore hanno accolto espositori e buyer, sottolineando il valore strategico della manifestazione.

*“L’Europa Centrale è una delle frontiere più promettenti per lo sviluppo della Marca del Distributore,”* ha dichiarato **Rossano Bozzi, Business Unit Director di BolognaFiere**. *“MARCA Poland rappresenta il nostro contributo per accelerare questa crescita e favorire una collaborazione più stretta tra eccellenza industriale e distribuzione moderna.”*

**Dariusz Wawrzyniak, Product Group Director di Grupa MTP**, ha evidenziato il ruolo della fiera come abilitatore di business: *“Il settore della Marca del Distributore in Polonia sta attraversando una trasformazione profonda. MARCA Poland si propone come un ponte per tradurre questo potenziale in opportunità concrete, favorendo un dialogo più strutturato tra industria e retail.”*

### **Internazionalizzazione e Hosted Buyers Programme**

L’Hosted Buyers Programme, sviluppato in collaborazione **con ITA – Italian Trade Agency**, rappresenta uno dei pilastri della manifestazione e contribuisce a garantire un pubblico internazionale altamente qualificato. Fin dalla prima edizione, questa iniziativa ha rafforzato la dimensione internazionale dell’evento, portando a Poznań buyer e rappresentanti della distribuzione da tutta Europa.

Gli espositori possono avvalersi di una piattaforma dedicata di business matching B2B per entrare in contatto diretto con i principali decision maker, tra cui category manager e responsabili acquisti, con l’obiettivo di generare opportunità di business concrete.

*“L'internazionalizzazione del sistema fieristico italiano è uno strumento chiave per collegare le nostre imprese ai mercati globali,” ha dichiarato Roberto Cafiero, Direttore dell'Ufficio ITA di Varsavia.*

*“Rafforzando il programma Hosted Buyer, puntiamo a consolidare il ruolo di MARCA Poland come piattaforma di incontro tra produzione e distribuzione su scala internazionale.”*

## **Un modello retailer-centric tra Food e Non-Food**

MARCA Poland riflette l'approccio retailer-centric sviluppato a Bologna, in cui i retailer svolgono un ruolo attivo nella costruzione della manifestazione. A Poznań, questo modello è supportato dalla partnership con **POHiD** (l'organizzazione polacca del commercio e della distribuzione), in linea con l'esperienza di ADM, e si traduce nella partecipazione di importanti insegne come Lidl Polska.

## **Programma convegnistico e analisi di mercato**

Accanto all'area espositiva – che copre l'intero spettro del Food e del Non-Food – la manifestazione propone un programma di conferenze e approfondimenti dedicati all'evoluzione della Marca del Distributore a livello europeo.

Il 21 aprile, Alex Chiesa (Circana) presenta un'analisi delle performance della Private Label a livello globale ed europeo, con un focus su Polonia e Romania, evidenziando i principali driver di crescita e il posizionamento di questi mercati nel contesto competitivo.

Il 22 aprile, le sessioni curate da Expertise on Field si concentrano su due dimensioni complementari dello sviluppo della MDD: da un lato l'innovazione nelle marche del distributore nei principali mercati europei, con casi studio e best practice per rafforzare la loyalty e rispondere alla crescente domanda di sostenibilità e qualità; dall'altro l'evoluzione del branding della Private Label, che vede retailer come Tesco, Mercadona, Conad e Coop affermarsi sempre più come veri e propri brand owner, attraverso gamme distintive e ad alto valore.

## **I MARCA Awards valorizzano l'innovazione nella Private Label**

L'innovazione è inoltre protagonista con i **MARCA Awards**, presenti a Poznań con una mostra itinerante che espone i 15 prodotti finalisti selezionati tra oltre 300 candidature dell'ultima edizione di Bologna. I prodotti rappresentano l'eccellenza in ambiti chiave come sostenibilità, benessere food e non-food, trasparenza della filiera e innovazione tecnologica, offrendo una fotografia concreta delle direttrici di sviluppo della Private Label. Portando questi casi a Poznań, la manifestazione offre agli operatori una selezione delle soluzioni più avanzate che stanno ridefinendo il settore, rafforzando il ruolo di MARCA Poland come piattaforma in cui innovazione e trend di mercato si incontrano.

**MARCA Poland 2026 returns to Poznań  
on April 21-22 at the Poznań Congress Center.**

PRESS OFFICE Marca by BolognaFiere & ADM:

**AD MIRABILIA**

Tel. +39 02 4382191

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

Contact:

Isabella Foschi (international press):

+39 342 054 1546