

MARCA POLAND 2026

L'OPPORTUNITÀ DEL PRIVATE LABEL PER LA GRANDE DISTRIBUZIONE NELL'EUROPA CENTRO ORIENTALE

PRESENTAZIONE UFFICIALE PRESSO L'AMBASCIATA D'ITALIA A VARSAVIA

BolognaFiere, Grupa MTP e ITA - Italian Trade Agency riuniscono a Varsavia rappresentanti istituzionali, media e leader del settore per presentare la seconda edizione di MARCA Poland e le opportunità offerte dal Private Label nell'Europa Centro Orientale

Varsavia, 31 marzo 2026 - Presso l'Ambasciata d'Italia a Varsavia, alla presenza di S.E. **Luca Franchetti Pardo**, Ambasciatore d'Italia in Polonia, e di **Roberto Cafiero**, Direttore dell'Ufficio di Varsavia di ITA - Italian Trade Agency, **MARCA Poland 2026** fa il suo debutto ufficiale davanti agli operatori del settore.

L'evento è stato organizzato da **BolognaFiere Group** – la società fieristica internazionale che organizza MARCA by BolognaFiere & ADM, la più autorevole fiera europea dedicata al Private Label, giunta alla sua 22^a edizione a Bologna – insieme a **Grupa MTP**, il principale organizzatore fieristico in Polonia.

Il format che arriva a Poznań è unico nel suo genere: una piattaforma dedicata in cui tutti gli attori della filiera del Private Label convergono in un unico evento che unisce esposizione fieristica, business matching e analisi di mercato. Produttori, retailer, co-packer e buyer si incontrano insieme a top management, Category Manager, team di Retail Marketing e buyer strategici: l'intero spettro decisionale del settore riunito in un unico luogo.

Dopo il successo dell'edizione di debutto del 2025, MARCA Poland **torna a Poznań per la sua seconda edizione, ancora una volta con il supporto di ITA - Italian Trade Agency**, impegnata nel garantire la presenza di un pubblico qualificato di operatori del settore.

Private label nel Centro ed Est Europa: l'opportunità di mercato

Il mercato del Private Label in Polonia si trova oggi in una fase di svolta. Con una quota pari a circa il 23,5% della spesa delle famiglie nel largo consumo confezionato nel 2025², presenta ampi margini di crescita sia in valore sia in volume, soprattutto se confrontato con i mercati più maturi dell'EU6, dove il Private Label raggiunge già una quota del 42%¹.

Anche le aspettative dei consumatori nell'area CEE stanno evolvendo: gli acquirenti in Polonia, Romania e Repubblica Ceca scelgono sempre più spesso il Private Label per qualità, funzionalità e valore aggiunto, andando ben oltre il tradizionale vantaggio di prezzo. MARCA Poland nasce proprio per accelerare questa evoluzione.

Durante la presentazione ufficiale a Varsavia, **Alex Chiesa, Retail Senior Manager Sales & Insights di Circana**, ha presentato in anteprima esclusiva i dati più recenti e le analisi strategiche sul mercato del Private Label nell'Europa Centro-Orientale nel contesto internazionale.

Le ultime analisi mostrano che il Private Label sta vivendo una forte crescita a livello globale, di natura strutturale più che ciclica: le vendite in valore crescono del +4,3% negli Stati Uniti, del +4,5% nei Paesi EU6 e del +6,8% in Australia¹. In questo scenario, la Polonia si conferma un mercato ad alto potenziale, con vendite in valore in crescita del +6,6% anno su anno², trainate da consumatori sempre più attenti a qualità,

promozioni, salute e benessere, oltre che al contenimento della spesa. Guardando al futuro, le principali opportunità di crescita risiedono nell'evoluzione dell'offerta Private Label, seguendo tendenze già osservate nei mercati europei più maturi.

MARCA Poland: la fiera del Private Label per il Centro ed Est Europa

L'obiettivo è sviluppare MARCA Poland come evento di riferimento per il Private Label in tutta l'area dell'Europa Centro-Orientale, seguendo il percorso che ha portato la manifestazione di Bologna a diventare, in oltre vent'anni, un benchmark internazionale.

“Marca Poland è un’iniziativa congiunta tra BolognaFiere e il Gruppo MTP che riflette un trend commerciale positivo e offre ampie opportunità di crescita. Secondo i dati ISTAT, nel 2025 gli scambi commerciali tra i nostri Paesi hanno superato i 36 miliardi di euro. L'Italia è il quarto fornitore mondiale della Polonia e il secondo a livello europeo. In particolare, le esportazioni italiane verso la Polonia nel settore agroalimentare hanno raggiunto circa 1,9 miliardi di euro nel 2025, con una crescita del 16,6% e uno dei migliori risultati per il nostro Paese nei rapporti commerciali con l'estero. Questa dinamica è sostenuta dalla crescita della classe media polacca, un fenomeno che interessa l'intera regione dell'Europa Centro-Orientale. Nel caso di Italia e Polonia possiamo dire che domanda e offerta si completano perfettamente, e MARCA Poland rappresenta la piattaforma ideale per sviluppare relazioni commerciali che costituiscono la base delle eccellenti relazioni italo-polacche”, dichiara **S.E. Luca Franchetti Pardo, Ambasciatore d'Italia in Polonia**.

“Il settore del Private Label in Polonia sta attraversando una profonda trasformazione. Con un mercato che si orienta verso un modello più sofisticato, in cui innovazione e qualità diventano i principali motori di crescita, MARCA Poland rappresenta un ponte strategico per trasformare questo potenziale in opportunità di business concrete. Creando a Poznań un ambiente professionale dedicato, favoriamo un dialogo più avanzato tra industria e distribuzione moderna, contribuendo a mantenere la regione CEE tra le aree più dinamiche nello sviluppo europeo del settore”, afferma **Dariusz Wawrzyniak, Product Group Director di Grupa MTP**.

A partire da quest'anno, la manifestazione avvia inoltre una partnership con **POHiD** (Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji), l'organizzazione polacca del commercio e della distribuzione. La collaborazione mira a replicare il modello che ha caratterizzato MARCA in Italia, dove ADM - Associazione Distribuzione Moderna - ha avuto un ruolo centrale nel costruire una fiera in cui i retailer partecipano come protagonisti del settore accanto ai produttori.

“Ciò che rende davvero distintiva la nostra manifestazione è l'ampiezza dell'offerta: Food e Non-Food convivono sotto lo stesso tetto come due dimensioni complementari di un'unica strategia Private Label. Per chi opera seriamente in questo mercato, una combinazione così è difficile da trovare altrove”, aggiunge **Antonella Maietta, Exhibition Manager di MARCA by BolognaFiere & ADM**.

In collaborazione con **ITA – Italian Trade Agency**, l'evento ospiterà anche il programma **Hosted Buyers**, un'iniziativa indipendente che ha contribuito fin dalla prima edizione a rafforzare la dimensione internazionale di MARCA Poland. Attraverso questo programma, buyer qualificati provenienti da catene retail e organizzazioni della distribuzione europee saranno messi in contatto con gli espositori tramite una piattaforma integrata di matching B2B.

La prima edizione ha accolto 40 buyer internazionali da oltre 20 Paesi; per MARCA Poland 2026 l'obiettivo è ampliare significativamente questo numero.

“L'internazionalizzazione del sistema fieristico italiano rappresenta uno strumento strategico essenziale per collegare le nostre imprese ai mercati globali. La Polonia resta un partner privilegiato in questa strategia, grazie a un settore retail in continua espansione e a un mercato del private label particolarmente ricettivo”, afferma Roberto Cafiero, Direttore dell'Ufficio ITA di Varsavia. “Rafforzando il programma Hosted Buyer, puntiamo ad attrarre a Poznań i principali operatori internazionali, consolidando così il ruolo di Marca Poland come hub di business per mettere in contatto produzione e distribuzione su scala globale.”
conclude

Chi espone e perché è importante

Il format di **MARCA Poland** è pensato per l'intera filiera. Per i retailer rappresenta una vetrina per presentare la propria strategia Private Label e i nuovi lanci di prodotto a un pubblico internazionale. Tra gli espositori già confermati per il 2026 figura Lidl Polska, un segnale della credibilità del format e della qualità degli scambi commerciali che la manifestazione è in grado di generare.

Per i produttori Food e Non-Food - sia locali sia internazionali - MARCA Poland rappresenta invece un accesso diretto a relazioni qualificate con il retail in un mercato caratterizzato da forti prospettive di crescita.

Tra i momenti di maggiore rilievo dell'edizione 2026 vi sarà la presentazione internazionale dei **MARCA Awards – Best Innovation Product**, che arrivano a Poznań come mostra itinerante con i 15 prodotti finalisti selezionati tra oltre 300 candidature presentate nell'ultima edizione di Bologna. I prodotti rappresentano l'eccellenza in ambiti chiave come sostenibilità, benessere alimentare, benessere non-food, trasparenza della filiera e tecnologia.

Il 22 aprile il programma includerà inoltre una sessione dedicata agli scenari di **innovazione della Retail Brand a cura di Paolo Palomba, Managing Partner di Expertise on Field**, che analizzerà le tendenze emergenti a livello globale attraverso casi internazionali di retailer come Mercadona, Tesco, Carrefour, Conad e Coop Italia.

Le registrazioni per gli espositori e la registrazione dei visitatori sono aperte su
www.marcapoland.com

Segnate la data in agenda
MARCA Poland 2026 torna a Poznań
il 21 e 22 aprile presso il Poznań Congress Center.

PRESS OFFICE Marca by BolognaFiere & ADM:

AD MIRABILIA

Tel. +39 02 4382191

Email: marca@admirabilia.it

Contact:

Isabella Foschi (international press):

+39 342 054 1546

¹: Source: Circana CPG/FMCG Executive & Foodservice Advisory, data ending December 2025.

²: Source: Circana rielaboration on YouGov Data Shopper Poland. Circana, Inc. and Circana Group, L.P.