

# Marca ritorna in fiera

## La moderna distribuzione tra qualità e business

### Il ministro all'apertura

Presenti i prodotti dell'eccellenza italiana grazie a 900 espositori  
Francesco Lollobrigida (Sovranità alimentare): «Un settore fondamentale»

#### I NUMERI

**Impiega 440mila addetti che diventano 3,3 milioni considerando le filiere**  
**Il giro di affari è di oltre 52 miliardi**

**Si aprono** i cancelli, ripartono le strette di mano. Riecco 'Marca', il salone della marca commerciale organizzato da Bologna Fiere, Adm (Associazione distribuzione moderna) e The European House-Ambrosetti, in collaborazione con Ipsos e Iri e il patrocinio di Regione e Camera di commercio. Tra i padiglioni di via Michelino, inizia così il via vai: una due giorni strategica (si chiude oggi), che riporta in città quel business di qualità, ostacolato dalla pandemia, tra le principali insegne della distribuzione moderna. «Questo è un mondo che dà tanto lavoro e garantisce una filiera basata sulla vera potenza della nostra nazione: la qualità. E il governo vuole creare un 'sistema Italia', che sia rappresentato nella sua complessità e diversità», ripete Francesco Lollobrigida, ministro della Sovranità alimentare, che ha girato personalmente tra i padiglioni per osservare da vicino gli espositori.

**Il momento** storico, però, è complesso e durante il convegno 'L'Italia di oggi e di domani: il ruolo sociale ed economico della distribuzione moderna' emergono tutte le difficoltà legate alla guerra, al caro-energia, alla pandemia. «Non mi piace la parola consumatori: non siamo lavatrici - insiste Lollobrigida -. Abbiamo persone che beneficiano dei nostri prodotti

e bisogna riuscire ad arginare l'inflazione. Ho apprezzato molto la volontà della distribuzione nel voler calmierare i prezzi. Attraverso i tavoli di confronto, stiamo anche cercando attraverso di utilizzare al meglio, ad esempio, i 500 milioni che abbiamo stanziato per sostenere il potere di acquisto di chi è in difficoltà». I numeri del XIX Rapporto Marca by BolognaFiere, presentato insieme al Position Paper 2023 di The European House-Ambrosetti e alla ricerca sul clima sociale ed economico di Ipsos, parlano chiaro: nel carrello della spesa degli italiani, prende sempre più quota la marca del distributore. La misura del contributo sociale ed economico della distribuzione è di oltre 52 miliardi, con un forte sostegno all'occupazione attraverso 440mila occupati diretti, che diventano 3,3 milioni se si considerano le filiere attivate (20% degli occupati totali). C'è di più: durante la crisi, le aziende hanno offerto un argine ai rincari, ammortizzando l'aumento dei prezzi dei beni alimentari per un risparmio fino a 77,4 euro al mese a famiglia: 3,9 miliardi di euro all'anno. «L'inflazione eroderà ancora il potere d'acquisto: la gdo ha un ruolo fondamentale nel dare sicurezza agli italiani - sottolinea Marco Pedroni, presidente di Adm -. Inoltre il modello della mdd è in crescita in

Italia, molte insegne hanno innovato l'offerta e interpretano al meglio i bisogni dei consumatori, scegliendo le eccellenze produttive».

**Anche** 'Marca' è cresciuto rispetto alle passate edizioni: 23mila metri quadrati di spazio espositivo (+15%), sei padiglioni (uno in più), 'MarcaFresh' dedicato all'innovazione sostenibile (oltre 50 espositori) e 'MarcaTech', su sostenibilità ambientale e innovazione (più di 60 imprese). «Nonostante il momento di difficoltà, abbiamo trovato conferma della grande volontà degli imprenditori di presentarsi e di mettere a disposizione prodotti innovativi e risultati delle ricerche nella nostra manifestazione», conferma Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere, che lancia un appello insieme ad altri: «Ora tocca al governo e agli enti locali sostenere le famiglie». In fiera sfrecciano i 900 espositori e gli oltre 12mila buyer, per non contare i tanti visitatori. Duemila i brand presenti.

**Francesco Moroni**

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Il ministro Lollobrigida (a destra) con Galeazzo Bignami, sottosegretario Infrastrutture