

Elena Giordano

Il secondo evento -per dimensione- a livello europeo dedicato alla mdd scalda i motori per raccontare l'evoluzione del settore e i suoi protagonisti

Marca, insegne e industria si incontrano



Nel 2017, il settore della marca del distributore aveva registrato un aumento di fatturato di 266 milioni nel largo consumo confezionato, con un incremento del volume del 1,7% e del valore complessivo del 2,7%. Questi dati erano stati ufficialmente comunicati in occasione di MarcabyBolognaFiere 2018. Ancora poche settimane e sapremo come questo mercato si è comportato negli ultimi mesi. L'appuntamento è fissato per il 16 e 17 gennaio prossimi, giorni in cui si terrà nuovamente il Salone Internazionale dedicato ai prodotti a Marca del Distributore, organizzato da BolognaFiere in collaborazione con Adm, Associazione Distribuzione Moderna.

L'evento sta crescendo anno dopo anno e si posiziona oggi come l'unico in Italia dedicato al settore della mdd e il secondo a livello europeo.

Due le novità ad oggi già comunicate relative all'evento, arrivato alla sua quindicesima edizione. Il primo, nuovi spazi: oltre al padiglione 25 e 26, gli stand saranno ubicati anche nei nuovi 29 e 30, inaugurati nel mese di settembre e realizzati in tempi record da BolognaFiere, solo 10 mesi. La seconda: nuovi ingressi nel Comitato Tecnico Scientifico, che fanno salire a 22 le insegne della distribuzione moderna, si tratta di MD e Sun Supermercati Uniti Nazionali, entrambe per la prima volta al Salone di Bologna. Oltre 550 -alla data di uscita della rivista- le aziende partecipanti.

La speranza è quella di confermare, numeri alla mano, il buon andamento della mdd rilevato lo scorso anno e il rafforzamento dei trend consolidati: tra tutti l'interesse, da parte dei consumatori, nei confronti di quei segmenti che si posizionano nella parte alta del mercato (biologico, funzionale, ecologico, free from). L'evoluzione dei prodotti a marchio del distributore è ormai un fatto compiuto e consente a queste referenze di esprimersi in un'ampia gamma di tipologie: da quelle di cui sopra fino alle eccellenze territoriali enogastronomiche. In tutti questi casi, l'elemento della qualità diventa fonte di competizione diretta con prodotti a marca industriale.

Una serie di eventi accompagnano Marca, prima del suo svolgimento, lungo tutto il corso dell'anno. Alla fine del mese di ottobre si è tenuta, per esempio, a BolognaFiere la quattordicesima edizione del Marca Training Programme, un workshop a cura di Nomisma e Iri focalizzato al cambiamento delle abitudini di scelta del consumatore.

La passata edizione

9.538 visitatori
(+21% rispetto all'edizione 2017)

706 espositori
(+15% sul 2017)

80 delegazioni estere
da 19 diversi Paesi

IL COMITATO TECNICO SCIENTIFICO DI MARCA 2019

Auchan, Carrefour, Coop, Conad, Coralis, Crai, C3, D.It - Distribuzione Italiana (Sigma, Sisa), Despar, Iper, Italy Discount, Leader Price Italia, MD, Marr, Pam - Panorama, Selex, Simply, S&C, Sun Supermercati Uniti Nazionali, Tuodi, Unes, Gruppo Vegè.