

RAPPORTO GDO

Si conclude oggi la XV edizione di MarcabyBolognaFiere, l'appuntamento clou del settore **È LA MARCA CHE DÀ LA SPINTA** **I brand del distributore trainano l'alimentare**

DI ENRICO SBANDI

L'affermazione della Marca del Distributore, che ormai contrassegna un acquisto su 5 nei supermercati, è il fenomeno che sta rendendo vivace un mercato altrimenti fermo, quello dei consumi, alimentari e non, nella Grande distribuzione. Lasciata ormai alle spalle l'immagine di «primo prezzo», superata, per volume di vendite, dai prodotti «premium» già lo scorso anno, la Mdd sta conquistando velocemente spazio: il 30% della crescita dell'industria alimentare italiana nel 2018 (dati Nomisma-IRI), è frutto dell'impulso delle imprese copacker, quelle che realizzano i prodotti per conto delle insegne.

Oggi a Bologna, dove si svolge la seconda e ultima giornata a Bologna di «MarcabyBolognaFiere», appuntamento internazionale di riferimento, secondo in ordine di importanza in Europa, è il momento dei consuntivi. Proiezioni di fatturato per la Mdd a 11 miliardi di euro entro il 2020, dopo aver superato quota 10,3 miliardi lo scorso anno, share di mercato ormai

prossimo al 20%: la manifestazione, organizzata da BolognaFiere in collaborazione con e ADM, l'Associazione Distribuzione Moderna, proclama i risultati e detta i trend del settore.

«La nostra fiera è un'occasione di networking internazionale che vede coinvolta l'intera filiera produttiva e distributiva, strategica per analizzare gli andamenti di mercato, anche attraverso gli strumenti che mettiamo a disposizione

degli operatori, per pianificare il business e per attivare nuovi contatti commerciali», evidenzia **Antonio Bruzzone**, direttore generale di BolognaFiere. «In due giorni, da 15 anni, ospitiamo esposizione, incontri d'affari, workshop e dibattiti

che realizzano un evento particolarmente atteso dall'intera business community nazionale e internazionale, che vede i buyer esteri impegnati a verificare direttamente le possibilità di far giungere nei rispettivi Paesi prodotti italiani intorno ai quali c'è sempre maggiore interesse», conclude.

Ieri, nella giornata inaugura-



le, MarcabyBolognaFiere si è arricchita del contributo che ADM ha fornito, attraverso lo studio commissionato a The European House - Ambrosetti, su «Sicurezza, tracciabilità e qualità della Marca del Distributore per la tutela del consumatore», presentato nel convegno inaugurale della manifestazione moderato dall'editorialista del *Corriere della Sera* Ferruccio de Bortoli con la presenza dello chef stellato Davide Oldani.

«I punti vendita della distribuzione moderna sono il luogo più sicuro dove comprare prodotti alimentari, apriamo il 2019 con questo messaggio positivo per i consumatori, nostri clienti», ha affermato **Giorgio Santambrogio**, presidente di ADM. «Da noi possono infatti acquistare con fiducia ogni tipo di prodotto, ma soprattutto le marche del distributore, grazie alla garanzia di un sistema di controlli capillare ed approfondito: ben 2 milioni e 300 mila test sui prodotti ogni anno in Italia nei punti vendita della distribuzione moderna, tra controlli delle autorità preposte, come Asl, Nas e altri, e attività in autocontrollo». (riproduzione riservata)

