



- Digitale Sessions zur Herstellung von ersten Kontakten
- Neu: Frische-, Wein- und Free from-Bereich
- 2020: Rund 12.088 Handelsinteressierte aus 32 Ländern

TEXT: ANNA LENA WAGNER

Die 17. Ausgabe der internationalen Messe für Eigenmarkenprodukte, Marca, findet heuer, coronabedingt von 23. bis 24. Juni in Bologna statt. Marca - by Bologna Fiere in Zusammenarbeit mit dem italienischen Lebensmittel Einzelhandelsverband (ADM) - ist Italiens führende Veranstaltung für den Lebensmittel-Eigenmarkensektor. Die diesjährige Messe ist von der Dynamik des Marktes im herausfordernden und speziellen Jahr 2020 getrieben. In der Zeit von Corona spielen der Lebensmittelhandel und denen Produktionsketten eine zentrale Rolle, auch in Bezug auf Flexibilität und Reaktionsgeschwindigkeit - ebenso im Private-Label-Bereich.

Highlights 2021: Frische, Wein und Free from. Die Messeveranstalter verzeichnen einen positiven Trend der Anfragen zur diesjährigen Marca. Für die aktuell ungewöhnliche Zeit wurde das Sicherheitskonzept der Messe überarbeitet: Dieses Jahr bietet die Messe mehr Platz durch zusätzliche Pavillons. Insgesamt gewährleisten sieben Ausstellungs-räume die optimalen Bedingungen für eine sichere Veranstaltung. Neben Non Food liegt der Fokus auf den Trend-Segmenten: Frische, Wein und Free from Produkte.



Digitale Sessions. Aufgrund der Reisebeschränkungen haben die Marca-Messebetreiber zusätzlich zur Messe digitale Sessions ins Leben gerufen. Eine virtuelle Plattform gilt zur Herstellung eines ersten Kontaktes, der später auf der realen Veranstaltung mit Einzelgesprächen konsolidiert werden kann. Diese soll den Dialog zwischen den Einzelhandelsgruppen von Marca by Bologna Fiere und ihren Handelsmarkenpartnern fördern und nationalen wie auch internationalen Einkäufern und Ausstellern als Plattform zum Austauschen dienen. Die digitalen Sessions laufen vom 15. bis 25. März.

Messe 2020. Noch vor Ausbruch der globalen Pandemie Anfang 2020 verzeichnete die Private-Label Messe Marca Besucher- und Aussteller-Rekorde. Um 19 Prozent stieg die Anzahl der Besucher, insgesamt waren es 12.088 Besucher aus 32 Ländern. Auch einen erheblichen Zuwachs konnten die Aussteller vermerken: 20 Prozent mehr Kontakt mit Unternehmen im Vergleich zum Jahr 2019. Die Ausstellungsfläche wurde im letzten Jahr um 18 Prozent vergrößert. Die Zahl der internationalen Besucher konnte verdoppelt werden und die Anzahl der Treffen zwischen Ausstellern und internationalen Käufern hat sich vervierfacht.

Handelsmarken Italien. Die Besucher- und Aussteller-Zuwächse zeigen deutlich die steigende Bedeutung der Messe als Plattform für die gesamte Produktionskette der Handelsmarkenprodukte. Der Private-Label-Sektor stieg in den letzten Jahren massiv an. In Italien liegt der Handelsmarken-Anteil über 20 Prozent; der Umsatz lag 2019 bei rund elf Milliarden Euro.