

Marca, l'asso della grande distribuzione

Al via in Fiera a Bologna il salone dedicato ai prodotti griffati della Gdo. Dibattiti, convegni e temi di attualità al centro della manifestazione

GIANPIERO CALZOLARI

«Puntiamo sulla capacità di anticipare i trend di un mercato da promuovere»

di **Lorenzo Pedrini**

BOLOGNA

L'unica fiera nel mondo interamente dedicata ai prodotti (non solo alimentari) griffati dai grandi distributori, di ritorno a Bologna, tra oggi e domani, fra la crescita di un settore mai tanto dinamico e ricche novità. Parliamo di MarcabyBolognaFiere 2020, l'expo di respiro internazionale che, organizzata da Bologna Fiere in collaborazione con Adm, Associazione Distribuzione Moderna, da sedici anni non smette di guardare al futuro.

Il fulcro di una manifestazione attestatasi, ormai, oltre i 10mila visitatori, in crescita in doppia cifra da almeno cinque stagioni, resteranno gli stand dei più importanti player italiani ed esteri del mondo della grande distribuzione ora marchio dedicato che ormai rappresentano, con un giro d'affari annuo di 11 miliardi euro, quasi un quinto del mercato

totale italiano e che sono balzate in avanti quest'anno, in fatto di vendite, di un ulteriore 4,7%.

Uno sviluppo tangibile, poi, sta caratterizzando in particolare segmenti relativamente nuovi come come i marchi premium (+13% nell'anno in corso), funzionali (+8,5%) e BioEco (+8%) e per questo MarcabyBolognaFiere a, dopo il rinnovo quinquennale della sua partnership esclusiva con Adm, ha scelto di ampliare i propri orizzonti lungo queste direttrici. Nei 44mila metri quadrati divisi in sei padiglioni a sua disposizione, infatti, la kermesse darà spazio tanto ai prodotti 'non-food', divisi tra cura della casa e cura del corpo, quanto ai non più marginali comparti del fresco, del biologico e del 'free-from', oltre che a una sezione MarcaTech riveduta e ampliata, riservata alle tematiche della logistica, del packaging e dell'industria digitale, e a una che raccoglie le novità del Pet Food.

«Si tratta di un appuntamento importante per noi, anche perché segna l'apertura della nuova stagione - ha spiegato il presidente di BolognaFiere, Gianpiero Calzolari - e il suo maggio-

re punto di forza sta nella sua capacità, ormai comprovata, di anticipare i trend di un mercato da promuovere e da studiare». Come di consueto, del resto, la parte convegnistica rivestirà un ruolo di rilievo, a partire dalla presentazione, nella mattinata inaugurale, del XVI Rapporto MarcabyBolognaFiere sullo stato dell'arte del settore, redatto dagli organizzatori. «Si tratta del solo evento in cui tutta la comunità della distribuzione moderna associata e organizzata presenta i prodotti a marchio proprio - ha ribadito il numero uno di Adm, Giorgio Santambrogio -. La Mdd «ha il merito di valorizzare innanzitutto la Pmi italiana, con il 50% di occupati under 30 in più rispetto alla media dei marchi commerciali, il 48% in più di donne e il 38% in più di contratti a tempo indeterminato». Dinamiche virtuose, dunque, testimoniate anche da una sempre maggiore presenza della Mdd fra le esportazioni agroalimentari italiane e dai buyer stranieri provenienti da 26 Paesi attesi sotto le Due Torri, in rappresentanza tanto dei mercati emergenti quanto di quelli di più solida tradizione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Giorgio Santambrogio, presidente di Adm, e Gianpiero Calzolari, presidente di Bologna Fiere

