

MARCA DIGITAL SESSION 2021: OLTRE OGNI ASPETTATIVA IL SUCCESSO DELL'EVENTO

Bologna, 26 marzo 2021 - **MARCA DIGITAL SESSION** è stata la risposta di MarcabyBolognaFiere alle limitazioni che la pandemia ha imposto (e continua a imporre), allo svolgimento in presenza delle manifestazioni fieristiche. Una piattaforma digitale di incontro fra produttori e la filiera della grande distribuzione organizzata, nata dal know-how degli organizzatori dell'evento di riferimento per la business community della MDD, propedeutica alla prossima edizione fisica.

La risposta del mercato a MARCA DIGITAL SESSION è andata oltre ogni aspettativa:

**220 aziende produttrici MDD (Marca del Distributore) partner presenti – 4.000 incontri realizzati –
9.000 presenze – 175 buyer stranieri di importanti insegne estere –
30% degli operatori esteri provenienti dall'Europa dell'Est (area focus 2021) –
presenti anche insegne da: resto Europa, USA, Canada, Sud America, Asia e Medio Oriente
100 buyer italiani delle insegne top del Comitato di MarcabyBolognaFiere**

Numeri decisamente soddisfacenti per gli organizzatori - BolognaFiere in collaborazione con ADM - che hanno lavorato alla realizzazione della prima edizione dell'iniziativa in stretta collaborazione con ICE Agenzia e avvalendosi del contributo di una rete di agenti operativi all'estero.

Gli incontri tra le 325 Aziende partecipanti (80% italiane) e i 275 operatori della grande distribuzione, assumono un rilievo strategico, considerando che la maggior parte di questi *meeting* erano finalizzati alla definizione di accordi di partnership per realizzare prodotti a marchio di distribuzione. Lo studio realizzato da ADM e The European House Ambrosetti per MarcabyBolognaFiere (presentato il 24 marzo nel corso di MARCA DIGITAL SESSION 2021) ha infatti evidenziato che la filiera di fornitura industriale della MDD segue logiche di collaborazione strategica di lungo periodo: nel 98% dei casi le relazioni di fornitura durano più di due anni e quasi il 50% delle aziende MDD partner oggi ha un contratto di fornitura, con la Distribuzione Moderna, superiore agli 8 anni.

Il risultato economico di queste trattative potrebbe quindi rappresentare, per le MDD Partner partecipanti, un'interessante opportunità economica, come confermato dal fatto che la durata media dei 4.000 incontri attivati dalla piattaforma di BolognaFiere è stata di circa 18 minuti, lasciando presupporre che molti dei contatti avviati possano auspicabilmente portare a ulteriori trattative in occasione della fiera fisica, quando potranno essere presentati anche i prodotti oggetto dei possibili accordi.

La forte azione di internazionalizzazione promossa da BolognaFiere sui buyer delle insegne internazionali ha trovato una risposta molto positiva da parte dei buyer esteri, 175i partecipanti al progetto, a testimonianza dell'interesse che suscita nei mercati mondiali la qualità dei prodotti *made in Italy* (food e non food). E' noto che alle fiere all'estero, specializzate nella MDD, i produttori italiani siano sempre presenti in forza: i molti incontri effettuati a MARCA DIGITAL SESSION lasciano ben sperare che le aziende italiane riescano a conservare la *leadership* nella graduatoria europea per la realizzazione dei prodotti a marca privata delle insegne internazionali, nonostante la pandemia abbia impedito lo svolgimento di molti di questi eventi specializzati.

"Abbiamo ritenuto fosse importante dare alle imprese e agli operatori nuove opportunità di incontro in un periodo in cui queste continuano a essere precluse – dichiara Gianpiero Calzolari, presidente BolognaFiere - I risultati ottenuti da MARCA DIGITAL SESSION e la significativa adesione di buyer internazionali consolidano la

consapevolezza che la manifestazione, leader a livello nazionale, riscuote un crescente interesse anche presso i buyer internazionali, la cui presenza è andata costantemente aumentando nel corso degli anni. E' un riscontro che ci proietta verso una MarcabyBolognaFiere a forte vocazione internazionale, in grado di offrire nuove e solide opportunità di business alle imprese. Il nostro impegno è già indirizzato verso questo obiettivo, che renderà ancora più performante la partecipazione alla Fiera, con l'auspicio di poter presto riprendere le attività in presenza".

"Una moderna distribuzione - dichiara Marco Pedroni, presidente ADM - è un valore per il Paese per dare un servizio sicuro e conveniente ai cittadini e per sostenere il sistema delle piccole e medie imprese dell'agroalimentare che hanno bisogno di trovare sbocchi di mercato su tutto il territorio nazionale. Il successo di questa sessione digital di Marca è la conferma che abbiamo imboccato la giusta strada, ovvero quella del dialogo e del confronto costante tra la stragrande maggioranza delle imprese agricole, industriali e distributive che vogliono lavorare e competere in modo corretto e sostenibile. La considero di buon auspicio per il futuro".

Nell'ambito di MARCA DIGITAL SESSION si sono tenuti (in streaming) anche i due tradizionali appuntamenti convegnistici di scenario che ogni anno MarcabyBolognaFiere propone.

Il 24 marzo il convegno **Dall'emergenza al rilancio sostenibile: il contributo della Marca del Distributore** (organizzato da ADM in collaborazione con The European House-Ambrosetti) ha analizzato le *performance* della Marca del Distributore con un focus sulla sostenibilità nel mercato italiano. Il secondo appuntamento, il 25 marzo, **La Marca del Distributore guida il rilancio sostenibile in Italia e in Europa – I distributori e i produttori in azione** (organizzato MarcabyBolognaFiere e ADM in collaborazione con IRi e IPLC) ha analizzato i driver alla base delle *performance* dell'ultimo anno e il rapporto tra MDD e Sostenibilità.

Volendo ampliare e rafforzare il dialogo con la grande distribuzione internazionale, per avvicinarla sempre più a MarcabyBolognaFiere, è stata condotta (in collaborazione con IPLC), una survey sullo scenario europeo della MDD (che ha coinvolto 50 retailer europei, presentata il 25 marzo) che ha raccolto anche alcune *case history* emblematiche dell'importanza strategica della sostenibilità, confermando quanto emerso dalle indagini condotte da ADM e TEHA. L'interesse per queste testimonianze internazionali verrà ripreso e approfondito nel corso della prossima edizione fisica di MarcabyBolognaFiere.

MEDIA CONTACT BOLOGNAFIERE

Communication and External Relations Manager

Isabella Bonvicini - isabella.bonvicini@bolognafiere.it

Tel. +39 051 282 920 / +39 335 7995370

Press Office

Gregory Picco - gregory.picco@bolognafiere.it

Tel. +39 051 282 862 / +39 334 6012743