

Marca cresce tra bio e high tech

L'expo apre con 850 espositori

Oggi e domani il salone dei prodotti a marchio. Il padiglione 36 è per il non food

C'è, ovviamente la grande distribuzione ma non solo: tanto che le aziende emiliano-romagnole sono presenti in forze, con 150 espositori, su un totale di 850 ripartiti in 21mila metri quadri di superficie. Si apre oggi MarcabyBolognaFiere, il Salone internazionale sui prodotti a marca del distributore organizzato da BolognaFiere in collaborazione con l'associazione della distribuzione moderna (Adm), fino a domani nel quartiere fieristico già avviato al grande restyling. È il primo expo dell'anno.

Per l'occasione, proprio i colossi emiliani della gdo, Coop e Conad, diffondono i risultati dei loro prodotti a marchio. «I nostri dati continuano a essere positivi — annuncia l'ad di Coop Italia Maura Latini — La quota del nostro prodotto supera il 30% con un fatturato di circa 3 miliardi di euro, di cui il 40% proviene da filiere a completa tracciabilità». I dati diffusi da Conad, — che ha ormai conquistato una quota di mercato del 13,3% — parlano invece di un fatturato di 4 miliardi solo dei prodotti a marchio con una crescita dell'8% nel 2019. Ha sede a Casalecchio anche Atlante, partner di diversi canali della distribuzione che informa, tra le altre cose, dell'avvio dell'export in Giappone della pasta di legumi bio e del Lambrusco Grasparossa di Castelvetro Doc e la creazione del corner Little Italy nei supermercati svizzeri Migros.

Numeri in crescita e focus sulla sostenibilità sono anche i dati del salone, al quale sono attesi 10 mila visitatori, prove-

nienti da più Paesi. Gli stessi espositori, come da cinque anni a questa parte, sono costantemente in aumento di oltre il 10%. Quest'anno è più ampio, ancora, lo spazio dedicato al biologico (+15%, è un terzo degli spazi totali) e per la prima volta viene allestito nel padiglione 36 un'area completamente dedicata al non food con oltre 100 operatori dei settori cura della persona e della casa. Fra le nuove iniziative, l'esordio di Marca fresh, contenitore riservato al comparto del fresco e dell'ortofrutta. Spazio, ancora, ai prodotti per gli animali domestici, mentre con Marca Tech si dà evidenza alle innovazioni tecnologiche e ai materiali candidati a sostituire la plastica. «Sedici anni fa Marca fu una felice intuizione — ha ribadito il presidente di via Michelino Gianpiero Calzolari, — perché in questi anni i prodotti a marchio del distributore hanno conquistato volumi e spazi importantissimi». In Italia, intanto, la quota sul mercato si attesta al 20% contro una media europea superiore al 30%.

«Daremo la nostra definizione di sviluppo sostenibile — aggiunge Giorgio Santambrogio, presidente di Adm — Negli studi che presenteremo vedremo quali realtà europee o mondiali fanno da stimolo oppure la correlazione positiva tra incidenza dei prodotti a marchio del distributore e l'attenzione allo sviluppo sostenibile da parte di aziende "copacker"».

Luciana Cavina

luciana.cavina@rcs.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

