

MARCABYBOLOGNAFIERE 2020: +19% di operatori professionali; +20% di aziende espositrici e +18% di superficie espositiva.
Raddoppiato il numero degli operatori esteri in visita e quadruplicato il numero degli incontri fra espositori e buyer esteri.
Oltre il 60% degli espositori ha già confermato la presenza all'edizione 2021.

Si sono pienamente confermate le previsioni di successo della sedicesima edizione di MarcabyBolognaFiere, il Salone dedicato ai prodotti MDD, organizzato da BolognaFiere in collaborazione con ADM (Associazione Distribuzione moderna).

Il bilancio, a conclusione dei due giorni di manifestazione, segna tutti numeri in crescita con percentuali decisamente positive: **+19% per gli operatori professionali** (12.088 contro i 10.177 del 2019) e **+20 % per il numero degli espositori** che hanno avuto a disposizione una **superficie espositiva incrementata del 18%.**

Una crescita coerente con l'ulteriore accreditamento dell'evento quale piattaforma di incontro per l'intera filiera della MDD e con il trend di crescita che caratterizza i prodotti a marca del distributore; una tendenza ribadita anche dal XVI Rapporto MarcabyBolognaFiere che ha analizzato un anno di performance del settore per valutarne il ruolo e la percezione del consumatore.

Le rilevazioni hanno confermato che é ormai stabile sopra il 20% la quota in volume dei prodotti MDD, la cui crescita rappresenta il 30% della crescita dell'intera industria alimentare italiana nel mercato domestico negli ultimi 16 anni; confermate anche le previsioni per il 2019 di ricavi intorno agli 11 miliardi di euro.

Hanno incontrato il favore degli espositori e degli operatori anche le innovazioni introdotte in questa edizione, a cominciare dal nuovo lay-out che ha dedicato al Non Food un'area distinta (di oltre 3.500 metri quadrati). Fra le novità anche **MARCA FRESH**, lo spazio riservato al comparto del fresco che ha visto protagonista l'ortofrutta e il nuovo **Salone Satellite**, organizzato nel padiglione 28, che ha messo in risalto alcuni temi di forte attualità come la tracciabilità, la digital industry, la block-chain, il bio, i prodotti free from, con un format innovativo e smart che si completava con un'agenda di incontri di approfondimento fortemente specialistici.

Le azioni finalizzate ad un sempre più stretto dialogo con i mercati internazionali hanno portato a un incremento dei buyer esteri, con **delegazioni commerciali provenienti da 32 Paesi; sono stati oltre 4.000 gli incontri pianificati fra espositori e buyer esteri** nei due giorni di Fiera nell'ambito della International Buyer Lounge. Fondamentale, per le azioni di internazionalizzazione, la collaborazione attivata da alcuni anni con ICE/ITA, Italian Trade Agency.

La manifestazione ha visto le mattinate del 15 e 16 gennaio dedicate a due momenti convegnistici di scenario: il Convegno di apertura **Il contributo della Marca del Distributore alla sfida dello sviluppo sostenibile e del Paese**, curato da The European House-Ambrosetti, in collaborazione con ADM (Associazione Distribuzione Italiana) – e la presentazione del **XVI Rapporto MarcabyBolognaFiere sull'evoluzione dei prodotti a marca del distributore in Italia – Case histories sul tema della sostenibilità (esperienze della GDO internazionale)**, organizzato da BolognaFiere e ADM, in collaborazione con IRI e IPLC (International Private Label Consult).

Entrambi gli appuntamenti hanno evidenziato la crescita dei prodotti MDD, analizzandone anche il ruolo in chiave di sostenibilità (intesa nella sua accezione più ampia: dal packaging al risparmio energetico, dalla valorizzazione delle filiere corte alle strategie per dare una seconda vita al prodotto invenduto, ...). La discussione ha evidenziando quanto il fattore sostenibilità sia diventato strategico per lo sviluppo del Paese ma, anche, ha posto in luce la forte interazione dei prodotti MDD con consumatori attenti ai temi etici e ambientali che si riconoscono nei valori delle grandi insegne della DMO.

A questo riguardo di grande rilievo il messaggio del Ministro delle Politiche agricole, **Teresa Bellanova**, in collegamento video in streaming (nella giornata di apertura), che ha condiviso e rilanciato l'iniziativa di ADM, le cui aziende associate, dal 2021, richiederanno a tutti i propri fornitori agricoli diretti di iscriversi alla "Rete del lavoro agricolo di qualità" e ai partner della MDD, lungo la loro filiera di approvvigionamento, di far sì che i propri fornitori agricoli siano anch'essi iscritti alla medesima "Rete del lavoro agricolo di qualità" *"La vostra decisione di promuovere l'adesione delle aziende agricole fornitrici alla Rete del lavoro agricolo di qualità può rappresentare un momento importante di rilancio di questo strumento – ha dichiarato Bellanova - Il vostro apporto sarà decisivo. Una distribuzione attenta ai fornitori, attenta alla sostenibilità economica, sociale e ambientale è uno dei perni su cui si può costruire il cambiamento"* Il Convegno ha registrato anche l'intervento del Sottosegretario di Stato allo Sviluppo Economico, **Alessia Morani**, e un messaggio di saluto del Ministro dello Sviluppo economico, **Stefano Patuanelli**.

Incisiva, infine, la partecipazione agli altri convegni in programma che hanno sviluppato il focus portante della Fiera (la sostenibilità) con approfondimenti verticali dedicati: all'importanza delle certificazioni nel free from food e agli standard della marca privata; a Cosmetici e GDO: trend e responsabilità; al ruolo del packaging per la sostenibilità ambientale nella GDO; al Futuro della MDD nella categoria vino: oggi, domani, all'estero; al Packaging Design: Innovazione e sostenibilità su prodotti e processi; alla Blockchain per il settore biologico; a Bio: il prezzo giusto? La multifiliera bio e la tecnologia per garantire il mercato e i consumatori.

Media offline, radio-televisivi, online e social hanno riservato all'evento di quest'anno attenzione rilanciando i contenuti e le iniziative della manifestazione con approfondimenti e speciali.

MarcabyBolognaFiere dà appuntamento alla sua business community il 13 e il 14 gennaio 2021; la manifestazione proporrà nuove iniziative riconfermando, sin da ora, l'area dedicata al non-food (apprezzata da operatori ed espositori, molti dei quali hanno già richiesto maggiori aree) e gli appuntamenti con Marca Fresh e Marca Tech.

Sito: <http://marca.bolognafiere.it>.

Communication and External Relations Manager BolognaFiere SpA

Isabella Bonvicini, tel. 051 282920 – cell. 335 7995370 - isabella.bonvicini@bolognafiere.it

Ufficio stampa BolognaFiere SpA

Gregory Picco, tel. +39 051 282862 - cell. +39 3346012743 - gregory.picco@bolognafiere.it