

RAPPORTO MARCA

A cura di Gian Marco Giura ed Emanuele Elli

Bruzzozone (BolognaFiere): «Qualità, fiducia e prezzi dietro il successo della Marca del Distributore»

MDD AL 20% NEL CARRELLO

Dal 12 aprile a Bologna si apre la fiera Marca

TESTI DI ENRICO SBANDI

Marca by BolognaFiere diventa maggiorenne. Edizione numero diciotto, il 12 e 13 aprile prossimi in presenza, per l'unica fiera italiana - leader in Europa - interamente dedicata alla marca commerciale, che espone i prodotti italiani d'eccellenza a Marca del Distributore, organizzata da BolognaFiere in collaborazione con ADM, l'Associazione della Distribuzione Moderna. Ed è Antonio Bruzzone, direttore generale della spa che gestisce il quartiere fieristico bolognese, a parlare della manifestazione, che si inaugura in una fase congiunturale in cui la marca del distributore è protagonista dei consumi. «L'Osservatorio Marca by BolognaFiere, a cura di IRI, ha visto consolidarsi e crescere costantemente la presenza dei prodotti Mdd nel carrello della spesa dei consumatori, ormai prossima a una quota di mercato del 20%», spiega Bruzzone.



Antonio Bruzzone
BolognaFiere



Un momento dell'edizione 2020 di Marca

Ucraina, e con un trend di inflazione iniziato nel 2021 e destinato ad aumentare nei prossimi mesi, il comportamento dei consumatori è ancora più responsabile».

DOMANDA: Sostenibilità, risparmio energetico, convenienza: che risposta trovano questi fattori nei prodotti a marchio del distributore?

RISPOSTA: «Le indicazioni puntuali verranno dal convegno inaugurale dell'edizione 2022, organizzato da ADM e BolognaFiere in collaborazione con The European House - Ambrosetti e IPSOS, che è appunto intitolato Marca del Distributore e con-

sumatore nella società che cambia. La nostra fiera è un appuntamento centrale per la riflessione sul ruolo della marca del distributore, sulle dinamiche di sviluppo e sull'evoluzione del rapporto con il consumatore».

D: Nata come esposizione di nicchia e diventata fiera di riferimento in Europa. Cosa farà Marca 'da grande', nella strategia di BF?

R: «Marca by BolognaFiere oggi è leader di settore su scala europea e la sua importanza è testimoniata dal coinvolgimento sempre più significativo della Distribuzione Moderna Organizzata, come evidenziano i dati di questa edizione. Il percorso fatto in 18 anni con il nostro partner ADM l'ha consolidata come piattaforma di riferimento per sviluppare

Cinque padiglioni e 900 espositori per l'edizione 2022

L'evento fieristico di riferimento per la Marca del Distributore avrà luogo settimana prossima, il 12 e 13 aprile, presso la Fiera di Bologna. Cinque i padiglioni occupati dai circa 900 espositori per una superficie totale di 23mila mq. La particolarità di Marca, però, resta l'incontro diretto tra domanda e offerta: espongono sia l'industria della Marca del Distributore sia le principali insegne della Distribuzione Moderna che, in oltre 1000 mq, presentano e promuovono le loro strategie Mdd. La Retail Brand Area presso il centro servizi della fiera presenta le novità delle insegne, fra le quali debutta un'insegna straniera che arriva dall'Ecuador. I convegni in cui vengono presentate le analisi e le tendenze del settore sono uno dei punti di forza della manifestazione: la Marca del distributore e il comportamento dei consumatori sono al centro del convegno inaugurale del 12 aprile a cura di ADM con The European House-Ambrosetti e Ipsos. Il 13 aprile alle 10 sarà presentato il XVIII Rapporto Marca by BolognaFiere con dati e trend della marca del distributore in Italia, a cura di IRI-Information Resources, e un focus sulla marca del distributore in Europa a cura di IPLC-The Retailer Brand Specialists. (riproduzione riservata)

nuovi business e contatti commerciali in Italia e all'estero. Marca by BolognaFiere è anche una sede irrinunciabile per la filiera della MDD, che solo qui può confrontarsi con le Insegne della Distribuzione Moderna interessate ad ampliare la loro offerta di prodotti a marchio.

D: Non solo Italia e oltre l'Italia, quindi?

R: «Continueremo a supportare le imprese e i protagonisti del settore per consolidare il loro business in Italia e sui mercati esteri, a partire da

quelli europei. In piena pandemia abbiamo anche inaugurato Marca China, nuova iniziativa dedicata alle aziende italiane interessate al grande mercato cinese, sempre più attento alla qualità dei prodotti e al bio, di cui è la seconda piazza in Asia con vendite in crescita del 35%. La Cina è potenzialmente molto interessante anche per la DMO: un canale in espansione, sempre più vicino alle esigenze dei consumatori locali sensibili al tema della sicurezza alimentare e ai cibi biologici di qualità made in Italy». (riproduzione riservata)



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

074194