

'Marca', successo per la kermesse Una crescita che guarda al domani

Cibo e benessere, chiude la fiera che ha ospitato oltre 900 espositori e i gruppi della grande distribuzione. Il comparto sale ancora nel primo trimestre del 2022, mostrando ulteriori segnali incoraggianti

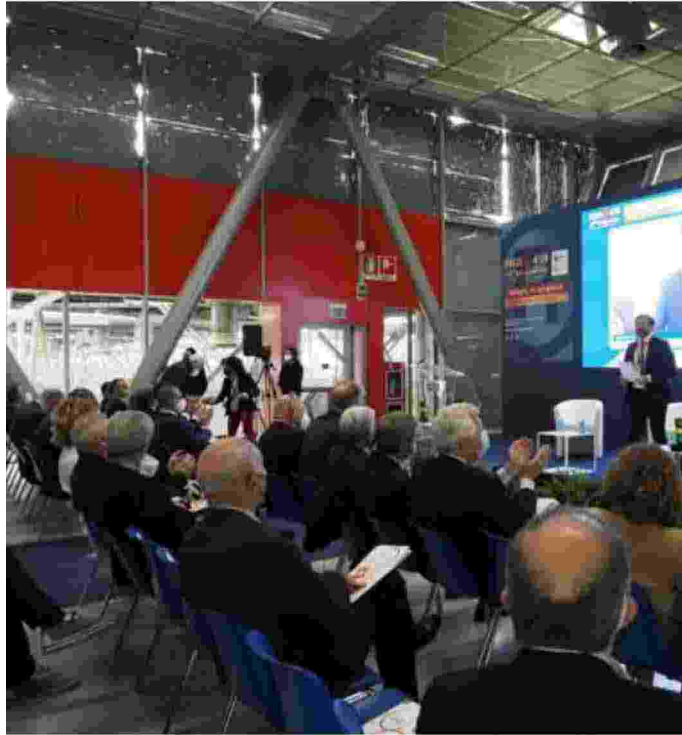
di **Giorgia De Cupertinis**

Marca By Bologna Fiere chiude il sipario della sua 18esima edizione. La due giorni all'insegna del business si è conclusa ieri alla presenza di più di 900 espositori e 800 top buyer della gdo provenienti da tutto il mondo e ha concesso così la possibilità di rincontrarsi de visu, per chiudere i contratti tra aziende di qualità e i retailer che hanno riempito gli scaffali con il proprio marchio. E, non ultimo, anche l'occasione per scoprire i risultati che la Marca di Distributore ha messo a segno negli ultimi anni, così da presentare la manifestazione - in collaborazione con ADM - non solo come una vetrina, ma anche e soprattutto come una sede elettiva in cui illustrare e discutere i dati e i trend del settore.

Come portato all'evidenza dal XVIII Rapporto Marca by BolognaFiere - curato da IRI-Information Resources e presentato ieri al pubblico - i numeri segnalano una crescita su cui è necessario continuare a mantenere i ri-

FIDUCIA

Il 2021 si è chiuso con un fatturato complessivo pari a 11,7 miliardi di euro: +9% rispetto al 2019



flettori puntati.

Nel primo trimestre del 2022, infatti, la Marca del Distributore ricomincia a crescere a un ritmo superiore rispetto al totale mercato (+2,7% contro +1,6%) e riguadagna quota, malgrado un'inflazione media più elevata (2,3%). Nonostante la battuta di arresto legata al periodo marzo-maggio dello scorso anno, il

2021 si è chiuso con un fatturato complessivo pari a 11,7 miliardi di euro, superiore del +9,0% rispetto al 2019, così come la quota assortimentale raggiunge il 15% e fa segnare +0,3 punti rispetto a quella dell'anno pre-pandemia.

Buone performance, come indica il Rapporto, vengono realizzate anche dalle linee specialisti-

A Marca By BolognaFiere presenti più di 900 espositori e 800 top buyer della gdo

che e ad alto valore aggiunto: il Premium registra una crescita del +13,6% e il Funzionale del +6,0%. Rallenta, invece, lo sviluppo del Bio che, dopo aver chiuso un 2020 in crescita del +6,8%, si attesta al +1,5%. Inoltre, il segmento Insegna, il più importante della Marca del Distributore (detiene il 69,9% del fatturato complessivo), nell'anno appena concluso ha subito una contrazione del -3,2%, ma i livelli di fatturato sono superiori al 2019, con una crescita del +5,3%.

Rimane alta l'attenzione anche per ciò che riguarda la crescita diffusa della marca del Distributore in tutti i continenti, specialmente nell'ultimo biennio: la stima recentemente elaborata da IPLC Italia in esclusiva per Marca by BolognaFiere indica, infatti, che il valore del fatturato di prodotti in MDD nei principali Paesi europei è pari a oltre 250 miliardi di euro nel Largo Consumo, compresi i diversi modelli di business e canali del retail. E, in Europa, il valore è in aumento in quasi tutte le categorie merceologiche e i prodotti MDD sono presenti in tutte le segmentazioni d'offerta.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

