

DI CORRADO VECCHI

Marca by BolognaFiere 2025: affluenza record, cresce l'internazionalizzazione

23.000 visitatori (+15%) 1.300 aziende (+23% sul 2024), 35.000 mq di area espositiva (+26%), 9 padiglioni (+2) e 24 insegne della GDO per la 21a edizione dell'unico appuntamento in Italia dedicato alla marca del distributore. Oltre 300 buyer internazionali arrivati da 60 Paesi per più di 9.000 incontri B2B.

Bologna. La 21a edizione di Marca by BolognaFiere si conclude all'insegna di un successo senza precedenti, con 1.300 aziende protagoniste, 9 padiglioni e 35.000 mq di superficie espositiva. Il numero, la rappresentatività e l'autorevolezza degli operatori in visita – oltre 23.000, inclusi i numerosi professionisti stranieri – testimoniano il forte interesse verso una manifestazione che si conferma sempre più punto di riferimento imprescindibile per la private label. 24 le insegne della GDO presenti con un proprio stand: Alta Sfera, Ard/Ergon, C3, Carrefour, Conad, Coop, Coralys, Cortilia, Crai, D.it-Distribuzione Italiana, Decò Italia, Despar, Italy Discount, Fratelli Arena, Lekkerland, Marr, MD Italia, Migross, Pam Panorama, PiùMe, Risparmio Casa, S&C Consorzio Distribuzione Italia, Selex, V&Gé. Marca by BolognaFiere cresce

e rilancia, espandendo la propria area di influenza ben oltre i confini nazionali. Tra gli ingressi dall'estero spiccano gli oltre 300 buyer internazionali (il doppio rispetto allo scorso anno) – per un totale di 60 Paesi rappresentati, tra cui Stati Uniti, Cina, Brasile, Canada, Giappone Australia, Francia, Germania, Sudafrica e India – che hanno contribuito ad accrescere la dimensione globale all'evento. Sono stati oltre 9.000 gli incontri B2B tra aziende della MDD e retailer della GDO estera, in buona parte realizzati nel corso della nuova e molto apprezzata International Buyers Preview del 14 gennaio, organizzata alla vigilia dell'apertura ufficiale della fiera. Numeri importanti che segnano l'inizio di una nuova era per la manifestazione che, a partire dal prossimo anno, si trasformerà in Marca by BolognaFiere e ADM. La storica collaborazione tra i due soggetti si rafforza grazie al rinnovo della partnership fino al 2031 e alla condivisione della proprietà del marchio della rassegna.

La crescita di Marca by BolognaFiere, che oltre alla collaborazione con ADM, gode del patrocinio della Regione Emilia-Romagna e della Camera di Commercio di Bologna, rispecchia l'andamento della marca del distributore che, a dicembre 2024, si posiziona a 29,5 miliardi di euro di ricavi complessivi e a 29,9% punti quota. I dati Circa, presentati con il XXI Rapporto Marca, attestano una crescita a valore del 2,2% confermata da un significativo aumento dei volumi di vendita (+3%).

“L'anno fieristico non poteva aprirsi in modo migliore – commenta Gianpiero Calzolari, Presidente di BolognaFiere – La 21° edizione di Marca ci ha consentito



MARCA by Bologna Fiere e ADM 2025: Dirigenti, Autorità e Organizzatori durante il taglio del nastro per l'inaugurazione della 21ª edizione di MARCA, mostra dedicata alla GD e GDO

di raggiungere traguardi straordinari, sia per qualità sia per quantità dell'offerta espositiva. BolognaFiere ringrazia ADM, che sarà partner di Marca fino al 2031, e ICE-ITA Agency che ha contribuito alla crescita internazionale dell'evento.



MARCA by Bologna fiere ADM: Convegno inaugurale; L'intervento di Gianpiero Calzolari, Presidente di Bologna Fiere



MARCA by Bologna Fiere ADM 2025: Mauro Lusetti, Presidente di ADM; “Grande soddisfazione per il successo di questa edizione di MARCA”

SEGUE A PAG 98

➔ SEGUE DA PAG 96

Un grazie speciale anche ai professionisti, alle insegne e alle aziende che hanno scelto di essere con noi per questo appuntamento, unico in Italia e in Europa”.

“Grande soddisfazione da parte di ADM per il successo riscosso da questa edizione di Marca, sia per il numero di espositori, sia per il dinamismo dimostrato da tutti gli operatori che hanno partecipato. Il successo è una responsabilità, che ci obbliga a impegnarci ancora di più per garantire la crescita della manifestazione anche per l'edizione del 2026”, commenta Mauro Lusetti, presidente ADM.

GLI SPIN-OFF DI MARCA BY BOLOGNAFIERE

Il ventennale know-how di BolognaFiere nella gestione della MDD si traduce in un'azione strategica mirata all'internazionalizzazione, con l'espansione di nuovi format fieristici a livello globale. Dopo il successo in Cina, il modello Marca sarà esportato in Polonia nel 2025 aprendo la strada a nuove opportunità di business per le imprese italiane. La quarta edizione di Marca China International Private Label Fair (Guangzhou, 25-26 settembre 2025)

sarà preceduta dal debutto di Marca Poland a Poznan, il 2-3 aprile 2025, rassegna co-organizzata con MTP Grupa, che rivoluzionerà il mercato delle private label in Polonia e nell'Est Europa, con oltre 200 espositori provenienti da diversi Paesi e 250 buyer della GDO europea, con un focus sull'area orientale. A Marca China e Marca Poland troveranno spazio anche i prodotti vincitori dell'International Private Label Selection (IPLS), altra iniziativa in forte crescita: promossa da Marca by BolognaFiere in collaborazione con Expertise On Field – IPLC, l'IPLS 2025 area ha dato risalto agli oltre 450 prodotti novità, proposti dalle 180 aziende espositrici coinvolte, e gli 8 prodotti selezionati continueranno il loro percorso su altri palcoscenici internazionali targati Marca by BolognaFiere.

MARCA ON E OFF LINE

L'edizione 2025 di Marca ha registrato numeri da record anche nella comunicazione: sono stati oltre 400 i giornalisti accreditati all'evento, con la Rai come Media Partner. Negli ultimi sei mesi, il sito ufficiale ha registrato 320.000 visite,

segnando un aumento del +120% rispetto all'edizione 2024, con 76.000 utenti unici attivi sulla piattaforma.

Nei primi quindici giorni di gennaio, l'interesse per i contenuti online è stato particolarmente elevato, con 700.000 pagine visitate, di cui ben 350.000 relative al Catalogo Espositori. Nell'ultimo trimestre sono state raggiunte 200.000 impressioni sulle piattaforme LinkedIn e X, accompagnate da una crescita costante della community digitale, ora composta da 7.500 follower. ■



MARCA by Bologna Fiere ADM: Francesco Lollobrigida, Ministro Agricoltura e Sovranità Alimentare, interviene dalla sede del Ministero a Roma, alla presentazione del XXI° Rapporto MARCA

Alcar Uno; l'arte di lavorare le carni suine

Bologna. Alcar Uno da oltre 60 anni è specialista nella selezione e lavorazione di tagli primari di carne suina, personalizzandoli secondo le richieste di mercato. Il processo produttivo è basato su un sistema di produzione flessibile e reattivo, per rispondere alle esigenze dell'industria salumiera.

Tradizione sublimata dalla tecnologia; Stagionatura, disosso e confezionamento prosciutti crudi, prosciutti di Parma D.O.P., prosciutti di San Daniele D.O.P., culatte e

gran speck. Private label nel DNA. Produrre a marchio del cliente significa garantire alti standard qualitativi e offrire soluzioni sempre dinamiche di personalizzazione del prodotto. Uno sguardo al futuro. In risposta alla crescente consapevolezza del mercato abbiamo sviluppato il progetto Filiera Uno Azienda Agricola e Prosciuttificio, la gamma fresco Suino Nazionale Leggero e le linee di prosciutto crudo Wellbeing.

Novità apprezzate sui mercati mondiali.



Nella foto da sx: Ludovico Levoni e Lorenzo Levoni



DI CORRADO VECCHI

Il carrello della spesa parla chiaro: boom dei prodotti MDD

Anche nel 2024 è boom di prodotti MDD, con dati di mercato in crescita sia a valore sia a volume. Il XXI Rapporto Marca by BolognaFiere, curato da Circana evidenzia l'exploit di cui è protagonista la Marca Commerciale nel mercato italiano, che nel 2024 consolida la crescita.

Bologna. In un contesto caratterizzato da rincari generalizzati, le famiglie italiane si trovano ad affrontare incertezza e crescenti preoccupazioni economiche. In questo scenario, emerge con forza la tendenza a optare sempre più spesso per la Marca del Distributore che si afferma come scelta vincente.

I consumatori, sempre più attenti al rapporto qualità-prezzo, trovano nei prodotti a marchio del distributore, un valido compromesso per risparmiare senza rinunciare alla qualità. Il ruolo chiave giocato dalla MDD nel 2024 è stato al centro del XXI Rapporto Marca by BolognaFiere a cura di Circana e illustrato nel dettaglio nel corso del convegno dedicato al tema, che si è svolto giovedì 16 gennaio a Marca by BolognaFiere.

IL RAPPORTO IN SINTESI

L'espansione di Marca by BolognaFiere si allinea alla presenza sempre più consistente dei prodotti a marca privata nel carrello spesa degli italiani. I dati Circana, partner di BolognaFiere anche per il 2025, registrano nel 2024 una crescita delle vendite a valore di +2,2% a totale Omnichannel, la MDD sviluppa 29,5Mld€ di ricavi complessivi nel 2024, raggiungendo 29,9 punti di quota. Crescita confermata anche da un importante aumento dei volumi di vendita, pari al +3%. Nel contesto della GDO "tradizionale" - che comprende Ipermercati, Supermercati e il canale del Libero Servizio Piccolo - si

evidenzia il rafforzamento competitivo della Marca del Distributore. Con un incremento a valore del +3%, la MDD raggiunge una quota di mercato pari al 22,4% (+0,3 punti rispetto allo stesso periodo del 2023), accompagnata da un significativo aumento dei volumi di vendita del +3,6%. Dando uno sguardo alle merceologie, migliora il posizionamento competitivo della MDD tra i reparti merceologici con un particolare guadagno di punti quota nelle Carni (+0,6%), nel Cura Casa (+0,5%) e nei reparti Fresco (+0,5%) e Drogheria Alimentare (+0,3%). Tra le linee di offerta della MDD, i prodotti di Primo Prezzo si confermano i più dinamici, mentre quelli di alta gamma nei segmenti Premium e Funzionale mostrano buone performance. Al contrario, le linee Bio/Eco registrano un rallentamento. La crescita della MDD procede di pari passo con l'ampliamento dell'offerta, che a dicembre 2024 ha

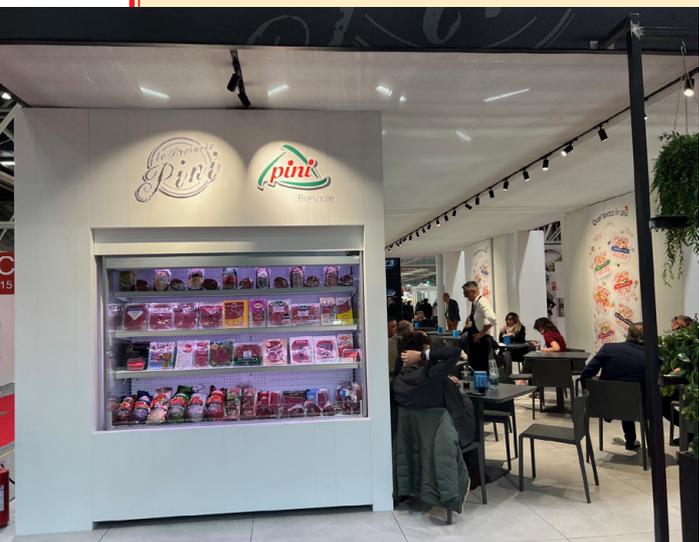
raggiunto una quota assortimentale del 17,1%.

Analizzando l'andamento dei prezzi, si osserva che è in atto una riduzione dei prezzi per i prodotti MDD, che porta il consuntivo del 2024 in deflazione rispetto al 2023, andamento in controtendenza rispetto ai prodotti dell'Industria di Marca. ■



GRUPPO SICILIANI; OTTIMO SUCCESSO LA PRIMA PARTECIPAZIONE A MARCA by BOLOGNA FIERE 2025.

Un evento che ha visto la presenza di numerosi operatori del settore e che ha offerto all'azienda pugliese l'opportunità di consolidare la propria posizione nel mercato e rafforzare il proprio network di contatti. Nel corso della fiera, Siciliani ha presentato oltre alle filiere di Carni di Qualità Premium, una vasta gamma di prodotti, a base di proteine animali, frutto di tradizioni e modernità, mettendo in evidenza l'impegno costante nell'offrire soluzioni sempre più orientate a soddisfare le esigenze dei consumatori. Gli obiettivi futuri rimangono sempre i valori fondanti del Gruppo: dimostrare come la qualità, l'innovazione, l'ambiente, il benessere animale e il rispetto per le tradizioni dei Territori, possano essere al centro di una proposta vincente nel panorama delle marche private.



Il Gruppo PINI Italia è leader italiano nella macellazione e lavorazione delle carni suine. Una gamma completa di prodotti che assolve ogni richiesta della clientela. Dai prosciutti Crudi DOP a marchio Ferrarini, alle Bresaole a marchio Pini



A Marca di Bologna, la degustazione della Mortadella FAVOLA, qualità superiore, ha trovato un grande apprezzamento da parte dei consumatori. In primo piano la Mortadella FAVOLA presentata da Margherita Palmieri (a sx) e Marcello Palmieri (a dx)

Kometa, i valori dell'etica e del fare impresa

Bologna. Kometa è un'azienda agro-alimentare specializzata nella lavorazione e trasformazione di carni suine e avicole, con sedi in Ungheria e in Italia e una distribuzione sui mercati internazionali. È un progetto imprenditoriale dal cuore italiano, frutto della competenza e della passione nel settore delle famiglie Pedranzini di Bormio e Ruffini di Lovere. La visione e lo spirito imprenditoriale sono la migliore eredità che Maria ed Ernesto Pedranzini hanno trasmesso ai loro figli. Nel corso degli anni, i valori fondanti del Gruppo Kometa, integrità, impegno, passione, professionalità hanno contribuito allo sviluppo dell'azienda, permettendo a Kometa di affermarsi tra i più innovativi produttori di salumi e carni in Europa.



KOMETA, il piacere che ti fa stare bene; Senza amidi aggiunti, glutine e derivati del latte; senza polifosfati e meno 30% di sale

Viani Salumi; la tradizione e la qualità toscana a Marca 2025

Bologna. La creatività, l'esperienza, la tecnologia e l'amore per le cose buone hanno permesso di realizzare delle specialità uniche, le cui caratteristiche inimitabili derivano dalla capacità di creare prodotti in grado di coniugare i sapori tradizionali con le moderne esigenze nutrizionali. Tutti i prodotti dell'azienda Viani sono disponibili in molte varietà e comprendono il Prosciutto Toscano D.O.P., la Finocchiona IGP e la Briciolona; i Salami Toscani, il Capocollo, le Pancette, il Lonzino, la Salsiccia, la Soppressata, la Fesa di Tacchino, il Lardo, ed i Salumi di Cinghiale, proposti in un assortimento, molto apprezzato dai consumatori. Un'attenzione particolare è dedicata alla Divisione Arrostiti, dove il gruppo Viani è un produttore in grado di fornire le diverse esigenze dei mercati italiani ed europei. Non mancano prodotti particolari come la Bresaola di Tacchino, la Bresaola di Cinghiale, la Mortadella di Cinghiale, la Soppressata al Tartufo.

E' proprio il caso di dire che l'Eccellenza della Qualità Toscana è di casa nell'Azienda di San Gimignano, nelle splendide Terre di Siena.



MARCA by Bologna Fiere 2025; Ottimo successo delle Specialità Toscane, presentate dal Salumificio VIANI

Coati, produrre salumi come arte di famiglia da generazioni

Bologna. Di generazione in generazione così si tramandano le migliori tradizioni.

Oggi l'impulso innovativo dei tre fratelli Beatrice, Giampaolo e Federica si unisce alle conoscenze ed alla saggezza dei genitori. Maestria e passione rappresentano questa grande Famiglia. Una gamma completa di prodotti che soddisfano tutte le richieste di clienti e consumatori.

E oggi, il Salumificio Fratelli Coati è fra le primissime aziende italiane ad aver ottenuto il via libera per l'export di Salumi Cotti sul mercato giapponese.



COATI Salumi, nasce sulle colline della Valpolicella, un luogo singolare, dove una bottega di famiglia, tra storia e aromi speziati, continua la sua passione per i salumi di alta qualità

DI CORRADO VECCHI

Distribuzione, un prodotto venduto su tre è a marca del distributore

Presentati al convegno di apertura di fiera MARCA by BolognaFiere 2025 i dati dell'analisi TEHA per ADM – Associazione Distribuzione Moderna - sul ruolo dei prodotti a marchio del distributore in termini di sostenibilità economica, sociale e ambientale nella filiera agroalimentare. Fatturato della MDD in crescita a 26 miliardi, +2,4%.

Milano. I prodotti a marchio del distributore (MDD) rappresentano oggi quasi il 32% di quelli acquistati dagli italiani tra gli scaffali della distribuzione moderna del nostro Paese, con una quota di mercato in aumento di 3,5 punti percentuali negli ultimi cinque anni (dal 2019 al 2024) e hanno generato nel 2024 un fatturato di 26 miliardi di euro, in aumento del +2,4% sul 2023 e del +35,4% rispetto al 2019. Secondo il rapporto "Il ruolo guida della Distribuzione Moderna e della Marca del Distributore per la transizione sostenibile della filiera agroalimentare" a cura di TEHA (The European House - Ambrosetti), presentato durante l'incontro di apertura di MARCA by BolognaFiere 2025, il nostro Paese sta progressivamente riducendo la distanza con la media europea, che oggi è pari al 35,8% di prodotti MDD sul totale e in aumento dello 0,5% nell'ultimo anno.

SVIZZERA, SPAGNA E PAESI BASSI AL TOP, NORVEGIA ULTIMA.

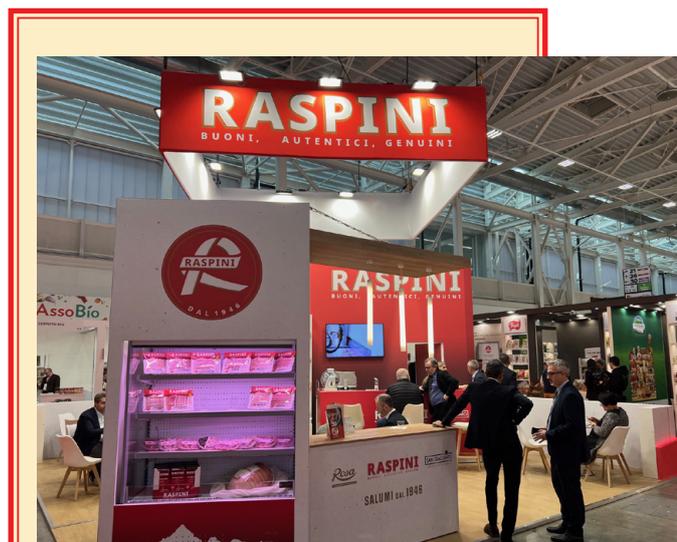
Con il 31,8% di prodotti MDD sui nostri scaffali, l'Italia si posiziona all'11° posto tra i principali paesi europei per quota di mercato dei prodotti "a marchio" in una classifica guidata da Svizzera (52,3% di quota di mercato), Spagna (45,6%) e Paesi Bassi (45,2%). Fra gli altri Regno Unito, Portogallo e Austria si attestano al 44%, la Germania al 41% e il Belgio al 39,8%. Al di sotto della media europea, insieme all'Italia, anche Fran-

cia (34,4%), Danimarca (34%), Svezia (30%) e, a seguire, Ungheria, Polonia, Grecia, Repubblica Ceca e Norvegia che chiude la classifica con il 21,4%. "Se la quota di mercato della MDD italiana si allineasse ai primi tre paesi UE* - ha commentato Valerio De Molli, Managing Partner e CEO, TEHA - nel 2030 il fatturato supererebbe i 50 miliardi di euro generando un fatturato aggiuntivo cumulato di 58 miliardi di euro tra il 2024 e il 2030, con un impatto significativo dal punto di vista economico, sociale e di evoluzione nelle dinamiche d'acquisto degli italiani".

I PRODOTTI A MARCHIO DEL DISTRIBUTORE SOSTENGONO LA CRESCITA DELLA SOSTENIBILITÀ ECONOMICA, SOCIALE E AMBIENTALE.

Dalla ricerca TEHA per ADM emerge con chiarezza come la marca del distributore sia sempre più una leva fondamentale per la crescita sostenibile dell'intero settore della distribuzione moderna e delle aziende che ne fanno parte: dal 2015 al 2023, le imprese con oltre l'80% di fatturato legato all' MDD hanno avuto un incremento medio del giro d'affari dell'8,5%, creando così più occupazione (+5,5% tra il 2015 e il 2023) e generando un valore aggiunto del 9,3%.

I prodotti "a marchio" hanno, inoltre, contribuito a far risparmiare alle famiglie italiane quasi 20 miliardi di euro tra il 2020 e il 2024, favorendo l'accesso a prodotti alimentari sani a prezzi contenuti. Non solo, nel 2024, le aziende della distribuzione moderna hanno recuperato 14.000 tonnellate di cibo grazie alla collaborazione con Banco Alimentare. Sul fronte ambientale, per ogni euro di fatturato il settore distributivo ha ridotto le emissioni di CO2 del 30% tra il 2013 e il 2022, stimolando innovazioni nella filiera



RASPINI, Salumi dal 1946.

Dalle pendici del Monviso, immersa nella natura della provincia torinese, sul percorso di un'antica strada Napoleonica, è nata la storia della famiglia Raspini. Una produzione di Salumi di Alta Qualità, che oggi rappresenta una pietra miliare nel territorio piemontese

maRca
by **BolognaFiere**
PRIVATE LABEL CONFERENCE AND EXHIBITION

alimentare e guidando le imprese coinvolte verso una maggiore sostenibilità. “La transizione sostenibile è il cuore della nostra visione per il futuro del Paese - ha dichiarato Mauro Lu-setti, Presidente ADM- La distribuzione moderna e, in particolare, l’offerta dei prodotti a marca del distributore si affermano come una leva strategica per la crescita economica delle aziende italiane, ma contribuiscono altresì al rafforzamento del benessere sociale, promuovendo occupazione stabile e garantendo un accesso più equo ai consumi.

Guardiamo al futuro con la consapevolezza che la sostenibilità, nelle sue dimensioni economica, sociale e ambientale, debba essere integrata con l’innovazione tecnologica, in un processo che continui a generare efficienza, a offrire maggiore servizio ai clienti e a generare un impatto positivo sul sistema economico e sociale. Le imprese del retail moderno, che già guidano il 58% delle aziende partner verso pratiche più sostenibili, sono sempre più impegnate a essere un modello virtuoso, capace di coniu-

gare sviluppo, inclusione e responsabilità.”

“La crescita di mercato dei prodotti a marchio del distributore sono la dimostrazione dell’apprezzamento dei consumatori.

Da un lato i prodotti a marchio aiutano le famiglie a contenere i costi senza rinunciare alla qualità e dall’altro sostengono e valorizzano le nostre filiere, che sono l’elemento fondamentale del sistema produttivo italiano e il cuore del made in Italy. Il tutto nell’ottica della transizione sostenibile da un punto di vista economico, sociale e ambientale. Il governo sostiene le imprese della grande distribuzione in questo percorso virtuoso, nell’interesse di tutto il Paese.”, ha dichiarato Valentino Valentini, Viceministro delle Imprese e del Made in Italy del Governo italiano, con delega di Governo del Presidente del Consiglio.



Toennies Fleish, Gruppo tedesco fondato nel 1971 e diretto da Clemens Toennies, produce un fatturato annuo che supera i 7 miliardi di Euro. Il gruppo è specializzato nella lavorazione delle carni suine e bovine, ha sede a Rheda-Wiedenbrück nella Vestfalia orientale, in Germania, regione a grande vocazione agroalimentare. La filiale Italiana si trova a Vignola in provincia di Modena ed è diretta da Cristian Rocchi

**I top 3 Paesi UE considerati sono Spagna, Paesi Bassi e Portogallo, non sono stati considerati Svizzera e UK perché fuori dall’UE. ■*

Gruppo Beretta Salumi a Marca Bologna 2025

Bologna. Il Gruppo Fratelli Beretta produce i migliori prodotti della tradizione salumiera italiana da oltre 200 anni. Una narrazione che parte dall’impegno di otto generazioni per portare sulle tavole dei consumatori di tutto il mondo, la qualità eccellente e il gusto unico del “Made in Italy” della tradizione del Bel Paese. È questo il segreto di un’azienda che ha saputo innovarsi continuamente per rispondere alle diverse esigenze di un mercato e di un consumatore in continua evoluzione.

Il Gruppo è presente a MARCA da diverse edizioni e da oltre 20 anni opera nel settore della marca privata, collaborando con retail esteri e italiani. L’obiettivo principale è quello di rafforzare e migliorare le relazioni, i servizi e gli scambi produttivi necessari per il mantenimento di forniture ad alto valore aggiunto, in un settore, quello del mondo dei salumi e dei piatti pronti, difficile e sempre più competitivo.



GRUPPO BERETTA; I migliori prodotti della tradizione Salumiera Italiana da oltre 200 anni