

MARCA: CRESCE ANCORA CON UN'EDIZIONE 2016 DA RECORD 8.465 VISITATORI (+22,9%), 555 ESPOSITORI (+15,4%), 21 GRANDI INSEGNE

Risultati record per “Marca 2016”, la dodicesima edizione del grande Salone internazionale sui prodotti a Marca del Distributore (MDD), che si è svolto nei giorni scorsi a Bologna. La manifestazione, organizzata da BolognaFiere in collaborazione con l'Associazione per la Distribuzione Moderna (ADM), si riconferma la seconda in Europa e tra le maggiori nel mondo. L'ultima edizione ha fatto registrare numeri da record: 8.465 visitatori professionali (dato certificato da ISF Cert ISO 25639), con un incremento del +22,9% rispetto all'edizione del 2015. Una crescita importante, che si affianca all'aumento della presenza delle grandi insegne (21, rispetto alle 17 dello scorso anno), delle aziende espositrici copaker (555 in totale, +15,4%) e della superficie espositiva (+12,6%) articolata per la prima volta su 3 padiglioni. Importanti anche i risultati delle attività digital. Il sito ufficiale di “Marca 2016” ha fatto registrare un +34% di visitatori unici (30mila) e un +30% di pagine viste (310mila). Particolarmente vivace l'attività su Twitter: il picco è stato raggiunto il 13 gennaio, primo giorno di manifestazione, con l'hashtag #marca2016 al 4° posto nei topic trends.

Grande interesse anche per il Convegno di apertura, organizzato da ADM sul tema: “Marca del Distributore e sostenibilità”, durante il quale è stato presentato il “12° Rapporto Marca/BolognaFiere sull'evoluzione dei prodotti a Marca del Distributore”, elaborato su dati IRI dal prof. Guido Cristini, ordinario di Marketing dell'Università di Parma e coordinatore dell'Osservatorio Marca sulla MDD. Secondo il Rapporto, nel 2015 le famiglie italiane che hanno acquistato prodotti private label hanno risparmiato 1,8 miliardi di euro nel solo largo consumo confezionato. Sempre di più i consumatori percepiscono la MDD come un vero e proprio brand portatore di valori, per cui risulta evidente che il buon rapporto qualità/prezzo (che rimane determinante nella scelta d'acquisto del 74% dei consumatori) e la convenienza (importante per il 72% degli shopper) non sono più i soli fattori d'attrazione, ma tra gli elementi che determinano la spesa vi sono la qualità (68%), la sicurezza e la certificazione (64%), la varietà (55%), la tradizione (55%), la funzionalità (52%), l'etica (51%), l'innovazione (49%) e la sostenibilità (49%).

“Questa edizione di Marca si è chiusa con un successo molto importante, che dà fiducia per la crescita delle imprese di questo mercato”, ha dichiarato Duccio Campagnoli, presidente di BolognaFiere. “Un risultato positivo che mette in evidenza quanto sia importante la formula della manifestazione che valorizza l'incontro tra le piccole e medie imprese produttrici e le grandi insegne della Distribuzione Moderna Organizzata. Dobbiamo dunque proseguire in questa direzione e crescere ancora. Ci auguriamo, e siamo certi, che l'edizione del 2017 vedrà un ulteriore aumento delle aziende copaker, in particolare quelle del settore bio, e un ampliamento della presenza di buyer e operatori internazionali”.

“Marca è un appuntamento che diventa sempre più importante, perché offre opportunità di sviluppo per tutti i copacker e assolvendo in questo modo anche un ruolo sociale”, ha sottolineato Francesco Pugliese, presidente ADM. “Il successo dell'ultima edizione della fiera è la testimonianza che laddove si percepiscono opportunità di sviluppo per le imprese e la capacità di soddisfare le esigenze dei consumatori si crea un positivo circolo virtuoso che ha le potenzialità di produrre grandi risultati”.

Marca 2016

Ufficio Stampa

Mediarkè srl

Tel: 0645476584

Mail: marca.ufficiostampa@mediarke.it

ADM, Convegno d'apertura

Ufficio Stampa

Beatrice Caputo, Eleonora Bresesti, Mickol Lopez

tel: 02 725851

mail: beatricec@bpress.it; eleonorab@bpress.it;

mickoll@bpress.it

BolognaFiere SpA

Ufficio Stampa

Gregory Picco

tel: 051 282862

mail: gregory.picco@bolognafiere.it