

## MARCA 2020 圆满闭幕，逾 6 成参展企业预定明年展位

第十六届意大利博洛尼亚国际自有品牌展会及峰会“获得远超预期的成功

由博洛尼亚展览集团和意大利零售业协会（ADM）联合主办的**第十六届意大利博洛尼亚国际自有品牌展会及峰会**已于上月在博洛尼亚展览中心圆满闭幕。各项展后数据统计均显示，展会获得了远超预期的成功。

为期两天的展会显示出了强劲的增长态势，特别表现在专业观众数量的显著增长，相较于 2019 年的 10,177 位，**增长了 19%**，今年为 12,088 位。参展企业数量**增长了 20%**，也使得展览总面积相较于去年**增长了 18%**。

这些数据表明对于自有品牌行业的整个生产链来说，意大利博洛尼亚国际自有品牌展会及峰会已经成为了行业的年度盛会，获得了行业的普遍赞誉。“成长”也成为了行业的一大特点。展会上发布的《第十六届意大利博洛尼亚国际自有品牌展会及峰会报告》分析了过去一年里行业的表现，以此来评定自有品牌产品在消费者日常生活中所扮演的角色，以及消费者对其的认知度。研究表明自有品牌产品所占据的市场份额趋于稳定，约占 20%左右；在过去 16 年里，自有品牌这个细分市场在意大利本土市场的意大利食品行业中有 30%的增长；2019 年时对营业收入的预测已经被实现，达到约 11 亿欧元。

本届展会所推出的一些创新举措得到了参展企业和专业观众的一致好评。展区进行了重新规划，3,500 平方米的专区划给了非食品类；Marca 生鲜（Marca Fresh）的中心区域留给了新鲜水果和蔬菜类；新设立的、位于 28 号馆的卫星展主要关注比如可追溯性、数字化、区块链、零添加产品等相关领域。

为促进和海外市场建立更为紧密的对话而采取的一些举措，使得海外买家数量猛增，**32 个国家派出了他们的贸易代表团**。在国际买家休息区内，两天时间里共进行了超过 **4,000 场次**参展企业与海外买家之间的洽谈会议。这种国际化场景得益于与意大利对外贸易委员会（ICE）和意大利贸易协会（ITA）的联合运作。

展会两天的上午各举行了一场峰会：第一天上午是开幕峰会“应对国家可持续发展进程中的挑战，自有品牌所做出的贡献”，由欧洲咨询联盟-安博思联手 ADM 共同举办。第二天上午是《第十六届意大利博洛尼亚国际自有品牌展会及峰会报告》的发布，报告介绍了自有品牌在意大利演变的过程，由博洛尼亚展览集团和 ADM 联手 IRI 咨询机构、国际自有品牌咨询公司（IPLC）共同举办。

两大峰会都强调了自有品牌产品在高速发展，也分析了其在可持续发展中的重要作用。更多相关的讨论则聚焦在可持续发展的因素能有多大程度可成为国家发展战略的一部分，以及对于那些关注道德和环境因素的消费者而言，自有品牌与他们之间存在着强烈的价值纽带关系。

此外，还有许多场其它的各项会议也得到了大家的踊跃参与。会议主题包括：产品认证对零添加细分市场的重要性以及自有品牌的标准；化妆品和零售商品；趋势和责任；零售商品的包装在环境可持续性发展中的角色；自有品牌在葡萄酒产业中的未来；今日、未来和海外；包装设计；产品和生产过程中的创新和可持续发展；有机产品领域的区块链技术；有机产品如何合理定价？多

样化的有机产品生产链以及生产技术能为市场和消费者提供有力保障等等。

线下媒体、电台、电视台、线上媒体及社交媒体也对本届展会给予了特别的关注，就展会内涵及首创精神，以专题和深入报道等形式进行了全方位的宣传。

展会主办方已经宣布了下一届展会的举办时间为 2021 年 1 月 13 日至 14 日。在推出创新举措的同时，主办方将会继续做大做强非食品类区域、Marca 生鲜和 Marca 包装技术 (Marca Tech)。本届展会上，超过 60% 的参展企业已经预定了他们在 2021 年的展位。