



INFORME
DE FERIA

2025



MARCA

Bolonia

15 y 16 de enero de 2025

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Milán

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.



INFORME
DE FERIA

7 de febrero de 2025
Milán

Este estudio ha sido realizado por
Judit Martínez Cardona

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Milán

<http://milan.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240140



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	5
1.3. Datos de la 21ª edición	6
1.3.1. Organización	6
1.3.2. Visitantes y expositores	6
1.3.3. Precios	7
1.3.4. 22ª edición	8
2. Descripción y evolución de la Feria	9
2.1. Ubicación (general y de la participación española)	9
2.2. Datos estadísticos de participación	10
3. Tendencias y novedades presentadas	12
3.1. Tendencias globales	12
3.2. Tendencias por producto	13
3.3. Novedades en la feria	13
4. Valoración	15
4.1. Del evento en su conjunto	15
4.2. De las empresas españolas participantes	15
5. Anexos	17
5.1. Transporte (a y desde la feria)	17
5.2. Recomendaciones	18
5.3. Direcciones de interés	21
5.4. Otros datos de interés	22
5.4.1. Listado de expositores españoles	22
5.4.2. Asociaciones del sector	23
5.4.3. Próximas ferias relacionadas	25



1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica

Ámbito	Internacional
Fecha de celebración	15 y 16 de enero de 2025
Edición	21.ª edición
Frecuencia	Anual
Fecha próxima edición	14 y 15 de enero de 2026
Lugar de celebración	Bologna Exhibition Centre. Viale della Fiera, 20, 40128 Bologna https://bolognafiere.it/en/
Horario de la feria	Horario ininterrumpido de 9:30 a 18:00 horas
Precio de la entrada	El coste de la entrada era de 75€ hasta el día 6 de enero de 2025 a las 23:00 horas. Desde el día 7 de enero de 2025 el coste de la entrada era de 100€.
Tipo de visitantes	Minoristas de la distribución, como supermercados, hipermercados, tiendas de descuento, droguerías y grandes almacenes, importadores y exportadores, productores, consultores, agentes de ventas y expertos en embalaje y diseño.
Organizador	BOLOGNA FIERE GROUP Viale della Fiera, 20 40127 Bologna, Italy Tel. +39 02 777 212367 E-mail: press@bolognafiere.it Web: https://bolognafiere.it/



**Colaborador****ADM | ASSOCIAZIONE DISTRIBUZIONE MODERNA**

Via Paleocapa, 7 20121 Milán, Italia

Tel. +39 02 777 212367

E-mail: info@adm-distribuzione.itWeb: www.adm-distribuzione.it

1.2. Sectores y productos representados

La feria MARCA es una de las ferias más importantes del mundo del sector de las marcas de distribuidor y la única feria italiana dedicada íntegramente a este. Las marcas de distribuidor (MDD), popularmente conocidas como marcas blancas, son gamas de productos de gran consumo creadas y distribuidas por las cadenas de distribución con su propio nombre comercial, en contraposición a las marcas de fabricante. Los productos de marca de distribuidor suelen ser más económicos que sus iguales de marca de fabricante, y utilizan un envase más simple con elementos gráficos de la empresa que los distribuye.

Esta feria es una oportunidad única para que las empresas productoras puedan conectar con posibles distribuidores interesados en dar a conocer y comercializar sus productos. Esto puede hacerse bajo la marca de una cadena de supermercados o utilizando una marca propia del distribuidor. El objetivo principal de esta feria es establecer conexiones comerciales con distribuidores, importadores y compradores nacionales e internacionales.

Dada la amplia diversidad de productos presentes en la feria, los expositores se organizan en cuatro áreas temáticas:

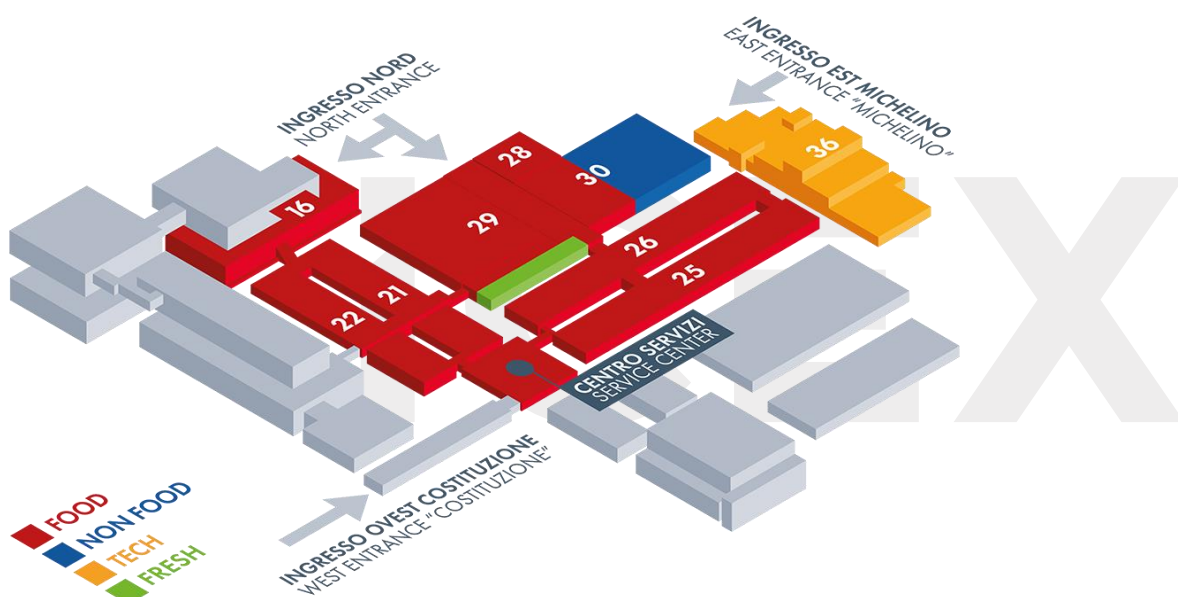
- **Productos de alimentación:** Esta área es la más grande y la que cuenta con un mayor número de expositores en la feria. Está dedicada a los productos de alimentación, desde productos lácteos hasta marisco, frutas, panadería, entre muchos otros.
- **Productos de no alimentación:** Esta área está dedicada a los productos del hogar y del cuidado personal.
- **Marca Fresh:** Esta es un formato exclusivo dedicado a la innovación sostenible en el sector hortofrutícola.
- **Marca Tech:** Esta área de la feria está dedicada a los bienes intermedios de la cadena de suministro de la marca blanca, entre los que se incluyen el embalaje, la logística, las materias primas, los ingredientes, la tecnología y los servicios. Cada año esta área cobra mayor relevancia; en esta edición es la segunda área por volumen, solo superada por los productos de alimentación.

1.3. Datos de la 21ª edición

1.3.1. Organización

La Feria ha ocupado 9 pabellones (16-21-22-25-26-28-29-30-36) del recinto ferial. Esto supone un incremento de dos pabellones y de un 26% de superficie expositiva con respecto al año pasado. Como se puede ver en el plano del recinto, el área temática predominante en la Feria es la de los productos de alimentación, que ocupa más de 7 pabellones, seguida de la Marca *Tech*, los productos de no alimentación y, por último, el espacio dedicado a la Marca *Fresh*.

IMAGEN 1. PLANO DEL RECINTO



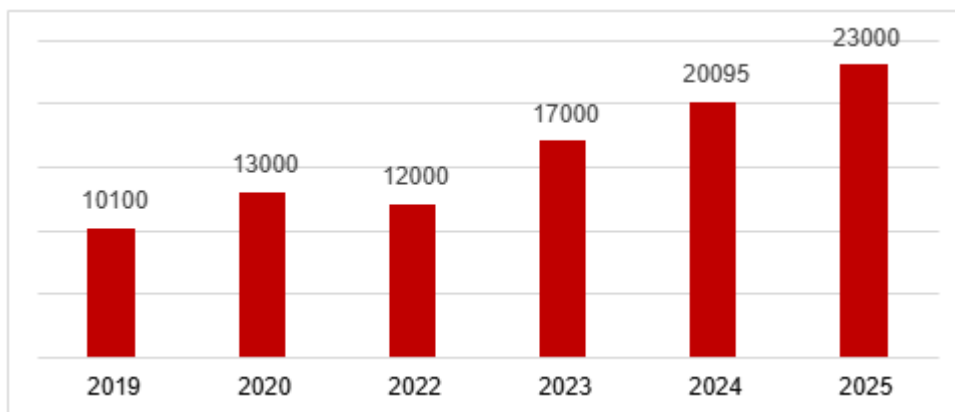
Fuente: MARCA by BolognaFiere

1.3.2. Visitantes y expositores

Este año la Feria ha alcanzado el récord tanto en número de visitantes como de expositores.

En cuanto a visitantes, en la 21ª edición de la Feria se contó con la presencia de 23.000 visitantes. Esta cifra es un 14,46% superior respecto a la 20ª edición de 2024. Cabe destacar la asistencia de más de 300 compradores internacionales, el doble que el año anterior, que representaban a un total de 60 países.

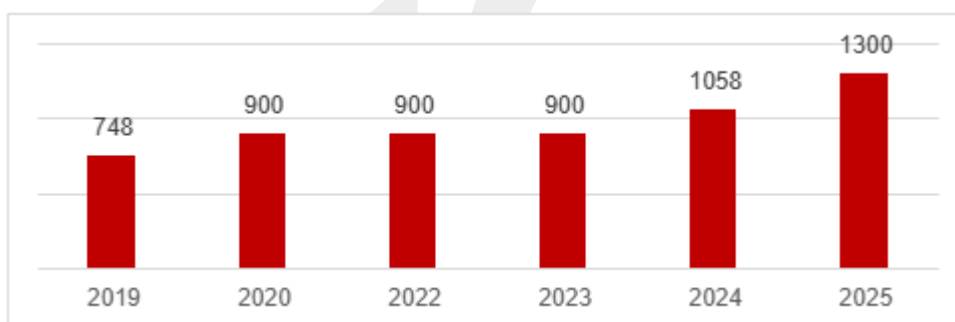
GRÁFICO 1. HISTÓRICO DE VISITANTES DE LA FERIA MARCA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de MARCA by BolognaFiere

En cuanto a los expositores, la cifra ha aumentado de 1.058 expositores en 2024 a 1.300 en 2025, lo que supone un aumento del 23%.

GRÁFICO 2. HISTÓRICO DE EXPOSITORES DE LA FERIA MARCA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de MARCA by BolognaFiere

1.3.3. Precios

El precio varía dependiendo del tamaño y los servicios extra que incluye cada espacio expositivo. Hay dos categorías principales de precios, dependiendo de si el stand es un módulo de superficie libre o un módulo de unidad de área preinstalado.

Los precios del módulo de superficie libre son los siguientes:

- *Stand* lineal, mínimo 16m²: 227€/m².
- *Stand* con dos lados abiertos, mínimo 16m²: 246€/m².
- *Stand* con tres lados abiertos, mínimo 32m²: 250€/m².
- *Stand* con cuatro lados abiertos, mínimo 64m²: 262€/m².

Los precios para del módulo de unidad de área preinstalada varían según el color y el material de construcción. A continuación, se detallan los precios según estas características:

TABLA 1. PRECIOS STANDS

STANDS				
	MADERA		BLANCOS	
	Hasta el 30/11/2024	Desde el 1/12/2024	Hasta el 30/11/2024	Desde el 1/12/2024
Stand lineal, mínimo 16m ²	294€	297€	341€	344€
Stand con dos lados abiertos, mínimo 16 m ²	313€	316€	359€	362€
Stand con tres lados abiertos, mínimo 32 m ²	321€	324€	371€	374€
Stand con cuatro lados abiertos, mínimo 64 m ²	330€	334€	376€	379€

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de MARCA by BolognaFiere

1.3.4. 22º edición

La próxima edición de la feria MARCA tendrá lugar los días 14 y 15 de enero de 2026, con la *International Buyers Preview* programada para la tarde del día 13 de enero. Esta será la primera vez que la feria se organice bajo el nombre de MARCA by BolognaFiere y ADM (Associazione Distribuzione Moderna), lo que significa que estas dos organizaciones compartirán la propiedad del evento. El registro conjunto de la marca confirma la voluntad de la feria de convertirse en el lugar de referencia para establecer relaciones comerciales con quienes desean entrar en el sector de la marca del distribuidor italiana.

2. Descripción y evolución de la Feria

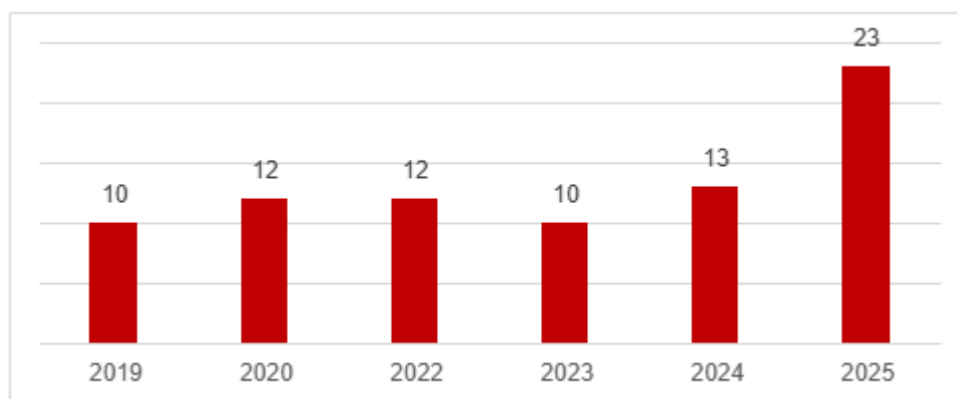
2.1. Ubicación (general y de la participación española)

La 21ª edición de la feria ha contado con la presencia de 23 empresas españolas del sector. En esta edición, 20 empresas participaron de manera independiente mediante su propio *stand*, mientras que 3 empresas estuvieron presentes a través de sus distribuidores italianos, L'Esagono Alimentari S.r.l. y CDD S.p.a. Asimismo, hubo 3 empresas que participaron con su filial italiana, Frinsa, Pescanova y Gullón.

En el pabellón 25 se encontraba una agrupación de *stands* españoles realizado por el ente organizador de la feria bajo petición de algunas de las empresas participantes. Entre algunas de las empresas que se encontraban en esta localización destacan Alejandro Miguel S.L., Bakery's Export S.L., Pastelería Industrial Monte Turia S.A., Conservas Medimer S.L., Vicky Food Products S.L.U. y Biscottí Gullon S.R.L.

El número de empresas españolas participantes ha pasado de 13 a 23 en la edición de 2025 (en lo que puede haber influido la contratación por Bologna Fiere de una agencia de captación de expositores para el mercado español). Las empresas españolas se pueden clasificar en ocho grandes grupos: pescado fresco, congelado y conservas, productos de panadería y pastelería, snacks, platos precocinados, productos cárnicos y quesos, mascotas, productos de limpieza e higiene, y caldos y sopas.

GRÁFICO 4. EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN ESPAÑOLA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de MARCA by BolognaFiere

2.2. Datos estadísticos de participación

En la 21ª edición de la feria MARCA han participado 1.300 empresas expositoras, casi el 90% de estas son de origen italiano. Respecto a los expositores internacionales, se podían encontrar empresas de 20 nacionalidades diferentes, siendo el país con una mayor representación China, con 63 expositores, seguido de España.

GRÁFICO 5. PROCEDENCIA DE LAS EMPRESAS EXPOSITORAS NO ITALIANAS



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de MARCA by BolognaFiere

En la página web de la feria se puede consultar el catálogo completo de las empresas expositoras en la edición de 2025. Además, en la misma página web se encuentra publicado el catálogo de productos y novedades que se presentaron en esta edición:

- Catálogo de expositores: <https://www.marcabybolognafiere.com/catalogo-e-novita/catalogo-espositori-2025/11384.html>
- Catálogo de productos: <https://www.marcabybolognafiere.com/catalogo-e-novita/prodotti-ipls-2025/11533.html>
- Catálogo de novedades: <https://www.marcabybolognafiere.com/catalogo-e-novita/guida-alle-novita-della-mdd-2025/10099.html>

TABLA 2. HISTÓRICO DE PARTICIPACIÓN DE LOS EXPOSITORES

	2019	2020	2022	2023	2024	2025
Total expositores	748	900	900	900	1.058	1.300
Italianos	673	-	816	827	960	1.163



Extranjeros	57	-	72	63	85	114
Españoles	10	12	12	10	13	23

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de MARCA by BolognaFiere

icex

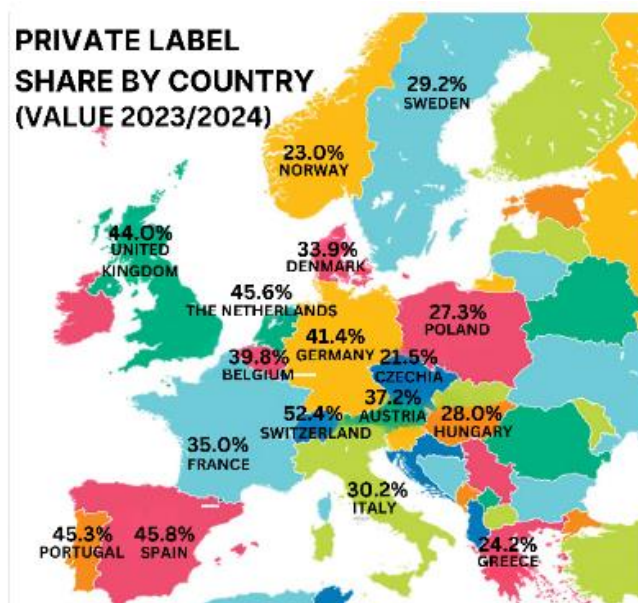
3. Tendencias y novedades presentadas

3.1. Tendencias globales

Las marcas de distribuidor adquieren cada vez un mayor protagonismo a nivel mundial en todos los sectores del *retail*, y los países europeos siguen en cabeza en esta tendencia. Según el Private Label Yearbook del tercer trimestre de 2024 realizado por el PLMA (Private Label Manufacturers Association) con los datos proporcionados por Nielsen IQ, las marcas de distribuidor han aumentado su cuota de mercado en Europa al 38,7%, subiendo un 0,2% respecto al año pasado, lo que refleja un mayor porcentaje de ventas en el mercado europeo.

Los países europeos siguen siendo los líderes en el mercado mundial de las marcas de distribuidor, con 11 mercados que mantienen una cuota de mercado en valor superior al 30%, 6 de los cuales superan el umbral del 40%. En varios países se ha podido observar un incremento de esta cuota de mercado, entre ellos destacan: España (+1,2%), Portugal (0,8%), Francia (0,5%) y la República Checa (0,5%). Suiza sigue conservado su título como el país europeo con una mayor cuota de mercado con un 52,4%. Los países escandinavos y de Europa del Este también han mostrado un crecimiento visible de las marcas de distribuidor.

IMAGEN 3. CUOTA DE MERCADO MDD



Fuente: PLMA



Respecto a los datos en Italia, en un contexto caracterizado por aumentos generalizados de los precios, las familias italianas frente a la incertidumbre y las crecientes preocupaciones económicas optan por consumir un mayor número de productos de marca de distribuidor. La cuota de mercado en valor de las marcas de distribuidor en Italia representa el 30,2%, y generó una facturación de 29.500 millones de euros en 2024. Progresivamente, Italia se va acercando cada vez más a la media europea, mostrando el cambio de tendencias de los consumidores italianos.

De conformidad con el XXI Informe de Marca de BolognaFiere, se observa una mejora del posicionamiento competitivo de la marca de distribuidor en Italia, con crecimientos significativos en el sector cárnico, cuidado del hogar, alimentación fresca y alimentación. Un elemento importante mencionado en el informe es la tendencia deflacionaria de los productos de marca de distribuidor, que en 2024 registraron una reducción en comparación con 2023, factor que contribuye a aumentar el atractivo de este tipo de productos.

3.2. Tendencias por producto

Los alimentos a temperatura ambiente, la confitería y los aperitivos, y los alimentos perecederos y congelados ocupan los tres primeros puestos de productos con una mayor cuota de mercado en valor de la marca de distribuidor en Europa, con una media del 47,4%, según el informe elaborado por el PLMA.

Según el XXI Informe de Marca de BolognaFiere, en el mercado italiano la marca de distribuidor ha experimentado una mejora del posicionamiento competitivo en todas las áreas, con especial mención al sector cárnico con un aumento de la cuota de mercado de 0,6 puntos, del cuidado del hogar y productos frescos con un aumento de 0,5 puntos, y del sector alimentario con un aumento de 0,3 puntos. Entre las líneas de oferta de la marca de distribuidor, los productos *First Price* se confirman como los más dinámicos, mientras que los de la gama alta en los segmentos Premium y Funcional muestran un buen rendimiento. Por el contrario, las líneas BIO/ECO registran una disminución de su rendimiento previo. El crecimiento de la marca de distribuidor sigue impulsado por una mayor variedad de productos. En diciembre de 2024, estas marcas representaron el 17,1% del total de los productos disponibles en el mercado.

3.3. Novedades en la feria

La principal novedad ha sido el evento IPLS - Selección Internacional de Marcas de Distribuidor, que buscaba premiar a 8 productos sostenibles e innovadores que se presentaran en la feria. El evento contó con la participación de más de 450 productos y, entre los ganadores, se encuentra la empresa española Multitrade S.A. con sus hojas ecológicas de detergente para ropa. Este tipo de iniciativas muestran cómo en el sector se premia y se buscan cada vez más elementos de innovación y sostenibilidad en los productos.

IMAGEN 4. PREMIO IPLS



Fuente: MARCA by BolognaFiere

Asimismo, cabe mencionar la celebración del *International Buyers Preview* el día 14 de enero de 2025, en vísperas de la inauguración oficial de la feria. Se trata de una tarde extra dedicada exclusivamente a reuniones B2B entre los expositores y compradores internacionales. En esta edición, según datos de la Feria, tuvieron lugar más de 9.000 reuniones B2B entre empresas de marca de distribuidor y grandes minoristas extranjeros.

Por último, la feria MARCA ofrece actividades de interés para los visitantes, como jornadas institucionales y un amplio programa de conferencias y mesas redondas. Asimismo, había un programa exclusivo de eventos *Brand Fresh* en los que trataban temáticas actuales del sector hortofrutícola, ecológico y la igualdad de género.

El primer día de la feria, 15 de enero, el programa estuvo compuesto por la conferencia inaugural y una serie de actividades como una mesa redonda sobre el embalaje, conferencias relativas al mercado chino y el *ecommerce* en la industria agroalimentaria, y eventos para los expositores sobre la innovación, la sostenibilidad y los residuos.

En el segundo y último día de la feria, 16 de enero, se presentó el XXI Informe de Marca sobre la evolución en 2024 de la marca de distribuidor. Asimismo, este segundo día también tuvo lugar una charla sobre cómo influyen las diferentes estrategias de compra en las tendencias no alimentarias, organizada por GS1 Italia en colaboración con Marca by BolognaFiere, y más congresos y eventos expositores relacionados con la sostenibilidad.

El programa completo de las jornadas, conferencias y eventos de Brand Fresh puede encontrarse en el siguiente enlace:

- Jornadas institucionales: [JORNADAS INSTITUCIONALES MARCA 2025 | Marca](#)
- Programa de conferencias y otros eventos: [OTROS EVENTOS 2025 | Marca](#)
- Eventos Brand Fresh: [EVENTOS FRESH BRAND 2025 | Marca](#)

4. Valoración

4.1. Del evento en su conjunto

La feria MARCA es la única feria italiana dedicada a las marcas de distribuidor, y una de las más importantes a nivel mundial. En esta edición, la feria ha contado con 9 pabellones, con 35.000 metros cuadrados, y el incremento de visitantes ha sido del 14,46% y de expositores del 22,87% respecto a la edición de 2024. En esta edición se ha alcanzado un *récord* de expositores y visitantes hasta la fecha, superando la cifra marcada en la anterior edición. Por ello, la feria MARCA es una de las más relevantes a nivel europeo en el sector, tras la feria PLMA celebrada en Ámsterdam.

Al igual que en ediciones anteriores, la participación ha sido principalmente de empresas italianas (casi 90%). A pesar de este predominio de empresas italianas, tanto en las empresas expositoras como en los visitantes de la feria, en las últimas ediciones se ha empezado a notar cada vez más la presencia extranjera. En esta edición, más de 300 compradores internacionales de un total de 60 países han acudido al evento, el doble que el año pasado, y 140 de los 1.300 expositores que hubo eran extranjeros.

4.2. De las empresas españolas participantes

En esta edición han participado 23 empresas españolas, 10 más que en la anterior edición, distribuidas en 7 de los 9 pabellones que ocupó la feria, principalmente en el pabellón 25 destinado a productos de alimentación.

Las empresas españolas coinciden en valorar positivamente esta feria. Afirman que una de las mayores ventajas que tiene MARCA es que se trata de una feria muy profesional y enfocada al negocio. Es por ello que se debe preparar de antemano con una agenda de reuniones cerrada, lo que permite sacar el máximo provecho a los dos días de feria. Si la organización es adecuada, es posible establecer muchos nuevos contactos comerciales e identificar potenciales clientes. La duración del evento también es otra característica que las empresas destacan positivamente, consideran que dos días es el tiempo adecuado para llevar a cabo todos los objetivos que se marcan previamente, concluyendo que alargarla más días supone un coste económico y de tiempo innecesario.

Varias empresas que han acudido a esta edición llevan participando en la feria varios años y afirman que seguirán participando. Aquellas empresas que acuden por primera vez también confirman que es una experiencia muy positiva y que participarán en las próximas ediciones.



Los expositores españoles afirman que una de las mayores dificultades que presenta el mercado italiano es la necesidad de contar con varios distribuidores a lo largo del país, ya que no hay ninguno capaz de poder abarcar efectivamente todo el territorio.

icex

5. Anexos

5.1. Transporte (a y desde la feria)

Se puede llegar hasta el recinto ferial utilizando diferentes medios de transporte:

- **Avión:**

El aeropuerto internacional Guglielmo Marconi está situado a 8.5 km de distancia del recinto ferial. La duración del trayecto es de 20 minutos en taxi y de 30 minutos en caso de ir en Aerobús. El Aerobús es un servicio especial disponible para los eventos celebrados en la Feria de Bolonia y tiene un precio de 6 €. Si se desea obtener más información sobre este servicio se puede consultar la página web del [Aeropuerto de Bolonia](#). También, está disponible el tren monorraíl Marconi Express que conecta con la Estación Central de Bolonia.

- **Autobús:**

Desde la Estación Central de Bolonia hacia la Feria se pueden coger las líneas de autobús 35 y 38. Para la vuelta se cogerían las líneas 35 y 39. Desde el centro de la ciudad el desplazamiento a la Feria se puede realizar con la línea 28. Para obtener más información sobre horarios y tarifas puede consultarse la página web de [Tper](#).

- **Coche:**

En coche se pueden llegar desde dos sitios diferentes:

- Desde Florencia, Milán y Ancona: coger la salida Bologna Fiera desde la autovía A14. Desde Milán la duración del trayecto es algo superior a las dos horas, y desde Florencia es, aproximadamente, de una hora y media.
- Desde Padua: tomar la salida Arcoveggio por la autovía A13. Luego, una vez dentro de la circunvalación de Bolonia (Tangenziale), coger la salida 8 dirección San Lázaro o la salida 7 dirección Costituzione.

- **Tren:**

La Estación Central de Bolonia se encuentra a 10 minutos de la Feria de Bolonia en transporte público. Se puede acceder por taxi, autobús y caminando treinta minutos desde Via Carraci.

- **Taxi:**

La duración aproximada del trayecto es de 10 minutos desde la estación de tren de Bolonia. Algunos teléfonos desde los que se puede reservar un taxi son los siguientes:

- RADIOTAXI. Tel.: (+39) 051 534141. App: [itTaxi](#)
- CO.TA.BO. Tel.: (+39) 051 372727. App: [Btaxi](#)

IMAGEN 5. ACCESO A LA FERIA



Fuente: MARCA by BolognaFiere

5.2. Recomendaciones

Se recomienda a las empresas interesadas en participar en la feria MARCA tener en cuenta una serie de cuestiones para que su experiencia en ella sea lo más provechosa posible.

En primer lugar, se recomienda asistir a la feria con una variedad de muestras del producto para ofrecer a los visitantes y compradores. La mayoría de los *stands* suelen contar con muestras preparadas para llamar la atención del público y con catálogos recopilatorios de los productos

ofrecidos por las empresas. Al tratarse de una feria con un porcentaje muy elevado de expositores y asistentes italianos, es preferible que este catálogo se encuentre en italiano e inglés, además, es recomendable asistir a la feria con personal con conocimientos de estas dos lenguas.

Asimismo, se aconseja tener previamente preparada una agenda de reuniones con aquellos potenciales distribuidores, compradores y operadores comerciales que más interesen a la empresa. Considerando que se trata de una feria de dos días de duración, tener esta agenda previa optimizará el tiempo en la feria.

Antes de la feria:

- Organizar el viaje con antelación. En periodo de ferias importantes, los precios de los alojamientos en el norte de Italia suelen elevarse mucho. En Milán es muy común encontrarse con precios desorbitados al aproximarse a estas fechas, y en ciudades más pequeñas y con menos oferta hotelera como Rimini, Bolonia y Verona, se corre el riesgo de no encontrar habitación si no se planifica el viaje con algo de antelación.
- Familiarizarse con la página web de la feria. En la página web de la feria no solo se puede encontrar la información general sobre la feria y de los expositores, en muchas ocasiones, en esta misma se pueden consultar datos sobre ediciones anteriores, actualizaciones del sector, eventos programados dentro del recinto ferial e información relativa a cómo llegar a la feria.
- Visitar el catálogo expositivo de la feria. Es muy importante identificar previamente a potenciales contactos comerciales, ya sean compradores o distribuidores, o empresas de la competencia que también participen en el evento.
- Informarse acerca del programa de compradores internacionales. Las ferias italianas, con el apoyo de la agencia ICE – ITA, suelen invitar a muchos importadores, algo de lo que se puede beneficiar cualquier participante en la exposición, no solo las empresas italianas.
- Informarse sobre los diferentes eventos que se llevarán a cabo durante la feria por si alguno resulta de especial interés para la empresa. Las ferias no solo se limitan a ofrecer un espacio expositivo para que las empresas promocionen sus productos, en muchas de ellas, se organizan charlas sobre el sector, eventos de promoción o de reunión que pueden llegar a ser incluso más positivos para la empresa que el desarrollo de la feria en sí.
- Realizar un *mailing* previo de contactos para solicitar entrevista con ocasión de la feria, invitando a los destinatarios a visitar su *stand*.
- Hacer un seguimiento de este mailing, contactado primero a aquellas empresas que hayan respondido positivamente al mensaje.
- Recabar información general sobre el mercado: situación económica general, situación económica en el mercado italiano y nuevas tendencias del sector.
- Solicitar a la Oficina Económica y Comercial información sobre el sector de interés. Hacerse una idea general previa del sector en el país (la cantidad de producto que importa el país, y en concreto de España, el funcionamiento de la distribución, el consumo, la competencia, las barreras comerciales). Esta información será de gran utilidad a la hora de negociar condiciones con los potenciales clientes.



- Asegurarse de que el material de presentación está mínimamente adaptado para la promoción internacional. Tener preparado y siempre a mano las tarjetas de visita, catálogos, listado de precios escritos en inglés y, si es posible, también en italiano.

Durante la feria:

- Tener a disposición un plano del recinto ferial con las localizaciones de los potenciales socios a visitar y de los mayores competidores.
- Planificar el tiempo en la feria adecuadamente para poder visitar todas las localizaciones y contactos comerciales que sean de interés.
- Analizar el mejor momento para aproximarse a un stand. No es recomendable acercarse cuando todos los comerciales estén ocupados, el mejor momento suele ser al inicio de la feria cuando la afluencia todavía no es muy significativa.
- Entrevistas: Es muy importante presentarse puntual a las citas concertadas, no alargarse mucho en la conversación, anotar todas las condiciones que le proponga la contraparte y captar cualquier dato sobre la competencia que se mencione. La gastronomía y el café son puntos clave de la cultura italiana, por lo que, se recomienda tener a mano un surtido de productos españoles para ofrecer como prueba, así como algún tipo de cafetera para que los visitantes puedan disfrutar de una taza de café mientras conversan. Estos pequeños detalles pueden dejar una impresión positiva en los italianos.
- Observar los productos que ofrece la competencia y los precios a los que los vende. Es recomendable analizar todos los detalles posibles sobre estos productos para obtener un mayor conocimiento sobre su sector, observando los envases, el tamaño, el etiquetado, las adaptaciones hechas para el mercado, el diseño general de los productos, en definitiva, cómo se presentan.
- Entablar conversaciones con otros expositores españoles presentes en la feria. Al compartir la misma cultura, es probable que las experiencias de otros expositores españoles puedan ser útiles en cuanto a cómo afrontar el mercado. Las facilidades, dificultades o rarezas encontradas serán probablemente las mismas que se experimentarán en el futuro.
- Visitar los *stands* de las publicaciones profesionales y recoger ejemplares gratuitos. Estas publicaciones suelen aportar datos muy actualizados sobre la situación del sector, tanto a nivel mundial como en el mercado italiano, y pueden servir para tomar decisiones fundamentadas sobre la entrada al mercado.
- Informarse sobre los diferentes canales de distribución del mercado.

**Tras la feria:**

- Ponerse en contacto de inmediato con los contactos establecidos durante la feria. Si se ha acordado enviar algún tipo de información durante las entrevistas o reuniones llevadas a cabo, se recomienda enviarlas en los días posteriores a la feria. Asimismo, al mismo tiempo que se envía esta información, se puede enviar material adicional o publicidad sobre la empresa para mantener el interés de los nuevos contactos.
- Dar seguimiento a la información enviada y a las respuestas de los nuevos contactos. Las primeras semanas tras la feria son cruciales para consolidar las conexiones comerciales.
- Organizar y analizar la información obtenida. Anotar las entrevistas, la información proporcionada por otros expositores españoles, publicaciones sectoriales, dossier de prensa, catálogos, y cualquier dato relevante sobre la competencia.
- Solicitar información complementaria a la Oficina Económica y Comercial, para profundizar en el primer contacto y analizar las posibilidades en el país. Además, estar pendiente de la publicación del informe de la feria para evaluar si es conveniente participar en futuras ediciones.
- Diseñar una estrategia de mercado basada en toda la información recopilada y realizar las adaptaciones necesarias en cuanto a productos, presentación, precio y estrategia de promoción.

5.3. Direcciones de interés

ICEX España Exportación e Inversiones	Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Milán
Paseo de la Castellana, 278	Via del Vecchio Politecnico, 3
28046 Madrid, España	20121 Milano, Italia
Tel. +34 913 496 100	Teléfono: +39 02 781 400
icex@icex.es	milan@comercio.mineco.es
www.icex.es	https://www.icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/it/inicio.html

5.4. Otros datos de interés

5.4.1. Listado de expositores españoles

N.º	EMPRESA	PÁGINA WEB
1	Alejandro Miguel S.L. Distribuidor: L'Esagono Alimentari S.r.l.	http://www.grupoalejandromiguel.es/
2	Bakery's Export S.L. Distribuidor: CDD S.p.a.	https://www.valentinasnacks.com/
3	Biscotti Gullon S.r.l.	https://gullon.it/
4	Conservas Cerdeimar S.L.	http://www.cerdeimar.com/
5	Conservas Medimer S.L.	http://www.conservasmedimer.com/
6	Delfín Ultracongelados S.A.	https://www.delfinultracongelados.es/
7	Emperatriz (Alberto de Miguel S.A.)	http://www.conservasemperatriz.com/
8	Frinsa Italia S.R.L.	http://www.frinsa.es/
9	Grupo Apex	http://www.sanygran.com/
10	Grupo Boniquet Sparchim S.A.	http://www.boniquet.com/
11	Iberconsa (Grupo Ibérica De Congelados S.A.U.)	http://www.iberconsa.com/
12	Industrias Betik S.A.	http://www.betik.es/
13	Interal S.A.	http://www.interal.es/
14	Multitrade S.A.	http://www.nobacpro.com/
15	Pampaspét S.L.	http://www.drzooue.com/
16	Pastelería Industrial Monte Turia S.A. Distribuidor: CDD S.p.A.	http://www.monteturia.com/



17	Pescanova Italia S.r.l.	http://www.pescanova.it/
18	Quesos Vega Sotuelamos S.L.	http://www.vegamancha.com/
19	Romar Global Care	http://www.romarglobalcare.com/
20	Precocinados Simons S.L.	http://www.simonsfood.net/
21	Ta-Tung Platos Precocinados, S.L	http://www.ta-tung.es/
22	Vicky Foods Products S.L.U.	http://www.vickyfoods.es/

5.4.2. Asociaciones del sector



IBC | ASSOCIAZIONE INDUSTRIE BENI DI CONSUMO

Via Gabrio Serbelloni, 5
20122 Milán, Italia
E-mail: info@ibconline.it
Web: <http://www.ibconline.it>



FEDERDISTRIBUZIONE | LE AZIENDE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA

Via Albricci, 8
20122 Milán, Italia
Tel. +39 02 890 75150
E-mail: info@federdistribuzione.it
Web: www.federdistribuzione.it



FEDERALIMENTARE | FEDERAZIONE DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE

Viale Pasteur, 10
00144 Roma, Italia
Tel: +39 06 590 3534
E-mail: segretaria@federalimentare.it
Web: www.federalimentare.it

**PLMA | PRIVATE LABEL MANUFACTURERS ASSOCIATION**

630 Third Avenue
NY 10017 Nueva York, Estados Unidos
Tel. +1 212 9723131
E-mail: info@plma.com
Web: www.plmainternational.com

**AECOC | ASOCIACIÓN DE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES Ronda**

General Mitre, 10
08017 Barcelona, España
Tel. +34 932 523 900
E-mail: mailto:info@aecoc.es
Web: www.aecoc.es

**ASEDAS | ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DISTRIBUIDORES AUTOSERVICIOS Y SUPERMERCADOS**

Cedaceros, 11, 2º Despacho G.
28014 Madrid, España
Tel. +34 914 298 956
E-mail: direc.general@asedas.org
Web: www.asedas.org





5.4.3. Próximas ferias relacionadas

FERIA	CIUDAD	PAÍS	FECHAS	WEB
Marca Poland – Poznan International Fair	Poznan	Polonia	2 y 3 de abril de 2025	https://marcapoland.com/en/
Marca China – International Private Label Fair	Guangzhou	China	25 y 26 de septiembre de 2025	https://www.marcachinafair.com/en
PLMA	Ámsterdam	Países Bajos	20 y 21 de mayo de 2025	https://www.plmainternational.com/
PLMA	Chicago	Estados Unidos	16-18 de noviembre de 2025	https://www.plmainternational.com/events/us-private-label-show-chicago
White Label World Expo	Las Vegas	Estados Unidos	15 y 16 de octubre de 2025	https://www.whitelabelexpo.com/
White Label World Expo	Londres	Reino Unido	12 y 13 de noviembre de 2025	https://www.whitelabelexpo.com/
Private Label Fair Asia	Shanghái	China	18-20 de noviembre de 2025	https://en.plfasia.com/
Labelexpo Europe	Barcelona	España	16-18 de noviembre de 2025	https://www.labelexpo-europe.com/
PRIVEL	Madrid	España	5 y 6 de noviembre de 2025	https://www.ifema.es/privel



Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

