



FIERA MILANO

TUTTOFOOD
MILANO

Ufficio stampa
Fiera Milano

Rosy Mazzanti
Simone Zavettieri
+39 0249977457
+39 335 69992328
press.host@fieramilano.it

Ufficio stampa
Il Quadrifoglio

Italia
Elisa Facchetti
+ 39 02 36596033
account1@quacom.it
Estero
Francesca Legnani
+ 39 02 36596033
press@quacom.it

Fiera Milano S.p.A.
+39 02.4997.7134
fieramilano@fieramilano.it
fieramilano.it

Ufficio stampa / Press office

L'AGROALIMENTARE OLTRE L'EMERGENZA: TUTTOFOOD PARTNER A TUTTO CAMPO DEGLI OPERATORI, 365 GIORNI L'ANNO

- *Alimentare anticiclico, tra febbraio e marzo +17% congiunturale e +19% tendenziale; nuovo picco settimanale per il confezionato nella GDO a quota 1.354 milioni di euro, il 69% degli italiani torna anche nei negozi di vicinato*
- *A marzo l'e-commerce cresce a ritmi tra il 57% e il 95%; bene anche il food delivery che amplia le merceologie*
- *Forte orientamento dei consumatori verso IV e V gamma e multiprodotto conservabile; crescono anche carni, ittico, uova fresche, ortaggi;*
- *TUTTOFOOD a fianco degli operatori con il monitoraggio dei mercati, la visibilità per gli attori delle filiere e il percorso verso la prossima edizione 2021*
- *Nel 2021 debutta TUTTOFRUIT: IV e V gamma, frutta secca, disidratata e fresca oltre a ortaggi freschi, legumi, ortofrutta biologica,*
- *Cresce l'attenzione ai mercati focus cui si aggiungono i Paesi del Far East*

Milano, 7 maggio 2020 – Stiamo assistendo nell'arco di poche settimane a cambiamenti che di norma richiedono anni. Nuove abitudini di acquisto e di consumo. Boom dell'e-commerce e salti quantici nella trasformazione digitale. Impreviste rimodulazioni nelle catene di fornitura e nei commerci internazionali.

Un settore in prima linea

In tutti questi cambiamenti il **Food and Beverage si trova in prima linea**. Secondo il rapporto sull'impatto dell'emergenza Covid-19 elaborato a marzo 2020 da **ISMEA - Istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare**, pur confrontandosi con il fermo quasi totale del **canale Ho.Re.Ca.** il settore si conferma tra i meno colpiti e rafforza la sua **valenza anticiclica**.

Rielaborando dati Nielsen l'Istituto rileva che, nella settimana dal 9 al 14 marzo, la spesa per **prodotti confezionati** nella **distribuzione organizzata** ha toccato un nuovo picco a **1.354 milioni di euro**. Nel complesso, tra il 17 febbraio e il 15 marzo le vendite sono cresciute del **17%** rispetto alle 4 settimane precedenti (congiunturale) e del **19%** rispetto allo stesso periodo nel 2019 (tendenziale). La maggior parte della spesa continua a essere effettuata nei **supermercati (43%)** mentre la **spesa alimentare online** registra incrementi settimanali **tra il 57% e il 95%**.

Una crescita esponenziale confermata anche dall'**Osservatorio eCommerce B2C** del Politecnico di Milano, secondo il quale il **Food & Grocery** è il settore che più ha beneficiato del boom di vendite online. Partendo da una penetrazione di solo l'1,1% a fine 2019, ha visto in poche settimane la domanda **moltiplicarsi in misura rilevante**, registrando una forte preferenza da un lato per i prodotti che conferiscono una **percezione di sicurezza**, come cibi in scatola o a lunga durata, dall'altro lato a quelli contribuiscono all'idea di "fare qualcosa insieme" in famiglia: **pane, farina, lievito**.

Bene anche il **food delivery** che conquista nuovi spazi, come suggerisce l'**Osservatorio Just Eat**: il **90%** degli italiani lo ritiene un servizio essenziale e il **60%** lo sta utilizzando. La **pizza** si conferma il piatto più ordinato, seguita da hamburger, sushi, pollo e cucina italiana. In forte crescita **dolci e i gelati (+133%)**, ma anche **sushi e cibo giapponese** nei formati famiglia **(+124%)** e i salutistici **poke bowl (+54%)**.

Si consolida inoltre il trend ad affiancare alla GDO i **negozi di prossimità**: un sondaggio di **Havas Commerce** rivela che il **69% degli italiani** è tornato a fare la



FIERA MILANO

TUTTOFOOD
MILANO

**Ufficio stampa
Fiera Milano**

Rosy Mazzanti
Simone Zavettieri
+39 0249977457
+39 335 69992328
press.host@fieramilano.it

**Ufficio stampa
Il Quadrifoglio**

Italia
Elisa Facchetti
+ 39 02 36596033
account1@quacom.it
Esteri
Francesca Legnani
+ 39 02 36596033
press@quacom.it

Fiera Milano S.p.A.

+39 02.4997.7134
fieramilano@fieramilano.it
fieramilano.it

spesa nei piccoli negozi di quartiere prediligendo **prodotti di prima necessità (76%), prodotti da forno (49%) e cibi ricreazionali (39%)**.

Sempre riguardo ai comportamenti di acquisto, ancora ISMEA nota un forte orientamento verso i prodotti di **IV e V gamma** e il **multiprodotto conservabile**, specie nelle prime settimane di lockdown. Tra le singole merceologie, inoltre, si segnalano per crescita le **carni (+29% tendenziale e +20% congiunturale)**, l'**ittico (+28% e +29% rispettivamente)**, le **uova fresche (+26% e +23%)** e gli **ortaggi (+24% e +22%)**. Quali invece i prodotti di cui si sente di più la mancanza? Tornando al sondaggio Havas, gli italiani indicano nell'ordine i **dolci artigianali (28%), i prodotti freschi (22%) e verdura e frutta fresche (21%)**.

L'impegno di TUTTOFOOD al fianco degli attori delle filiere

Ferma restando la priorità assoluta di **preservare la vita e la salute delle persone**, non mancano dunque i segnali che invitano a guardare alle fasi successive. In queste difficili settimane lo staff di TUTTOFOOD si è focalizzato ancora di più per mettere in pratica il nostro concetto di fiera non solo come marketplace internazionale, ma anche come **partner a tutto campo degli operatori nel sostenere il loro business, 365 giorni l'anno**. Sulla base del nostro costante monitoraggio dei mercati e degli stili di consumo **abbiamo prodotto osservatori** per aiutarli a orientarsi tra le nuove tendenze. Abbiamo **acceso un riflettore sui comparti e dato voce agli attori delle filiere** con gli approfondimenti settoriali del **nostro web magazine**. Ma, soprattutto, abbiamo continuato a lavorare per un'edizione 2021 che sia sempre più **un punto di riferimento per l'agroalimentare in Italia e all'estero**. Iniziando proprio dai comparti più dinamici.

Nasce TUTTOFRUIT, con fresco il ortofrutticolo e le innovazioni della IV gamma

Dopo il successo riscosso nell'edizione 2019 dal salone **Fruit Innovation**, l'anno prossimo frutta e verdura fresche, insieme alla **IV gamma** (verdure e ortofrutticoli freschi confezionati) diventano protagoniste di un vero e proprio **nuovo settore, TUTTOFRUIT**, valorizzando in modo ancora più efficace i prodotti ortofrutticoli **ad alto contenuto di servizio**. Oltre alla IV e V gamma, gli operatori troveranno **frutta secca, disidratata e fresca** oltre a ortaggi freschi, legumi, **ortofrutta biologica**, ma anche prodotti erbe aromatiche e spezie. Attese significative presenze di produttori nazionali e internazionali mentre gli operatori italiani ed esteri includeranno, tra gli altri, **importatori e grossisti, buyer della GDO, rappresentanti del settore Ho.Re.Ca. e gestori di piattaforme di distribuzione**. Si conferma alta inoltre alta l'**attenzione all'internazionalizzazione** grazie a un forte investimento nello **scouting**, con la costante integrazione di **nuovi buyer altamente profilati** nel portafoglio top buyer.

TUTTOFOOD è la fiera internazionale del B2B dedicata al food & beverage.

L'ultima edizione ha visto la partecipazione di 3.079 brand, dei quali il 16% internazionali.

I visitatori professionali nel 2019 sono stati 82.551, dei quali il 23% esteri da 143 Paesi

Per ulteriori informazioni: www.tuttofood.it, @TuttoFoodMilano.