

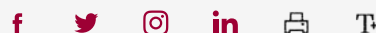
ITALIA  
BILANCIO

HOME > ITALIA

## “TuttoFood” e “Host” battezzano la ripresa della ristorazione e la corsa dell’export agroalimentare

Numeri, dossier, sostenibilità, innovazione e vino, tra automazione delle cantine dei ristoranti e logistica

MILANO, 26 OTTOBRE 2021, ORE 17:29



Cibo e Ristorazione, unite a TuttoFood e Host

**La ristorazione e il cibo, due mondi assolutamente interconnessi, si sono dati appuntamento a Fiera Milano, che ha ospitato, in contemporanea, “Host”, la kermesse dedicata all’ospitalità, e “TuttoFood”, focalizzata soprattutto sulle novità del mondo del cibo, su cui cala oggi il sipario. Due settori che, a braccetto, dopo il drammatico 2020, quasi interamente segnato dalla pandemia, hanno ripreso a crescere. Ristorazione e hospitality, nel secondo trimestre 2021, hanno fatto segnare**

**un +82% dei fatturati, trainando (ovviamente insieme all'export) anche i numeri del cibo, ormai la prima ricchezza per l'economia del Belpaese, con un valore di 575 miliardi di euro (+7%). I tanti dossier europei, che più o meno direttamente riguardano la filiera del cibo, dal "Farm To Fork" al "Nutriscore" hanno fatto da fil rouge agli interventi di Istituzioni ed associazioni di categoria, dal Ministro del Turismo, Massimo Garavaglia, alla Coldiretti, ma al centro sono finiti anche i grandi temi della sostenibilità - cui il consumatore è sempre più sensibile - e dell'innovazione, con prodotti originali e arditi come il formaggio al Mojito prodotto in Molise, la barretta energetica fatta con l'alga spirulina, la Pera Igp dell'Emilia Romagna crioessiccata, la farina ricavata dai semi d'uva, il MuMa Gin, Gin pugliese fatto con l'acqua del Mediterraneo, e tanti altri. Spazio anche al vino, con "L'Enoteca di TuttoWine" e la logistica, nel focus di Mail Boxes Etc.**

Restando in ottica enoica, la digitalizzazione, che ha ormai cambiato il rapporto tra produttori e consumatori, sempre più diretto, con un'accelerazione poderosa di questo processo a causa della pandemia, ha ispirato un punto di vista diverso. Non solo all'ultimo miglio ossia al rapporto con il cliente per migliorare l'uso del servizio, ma anche al rapporto con i fornitori per rendere più efficienti e meno costosi i processi di produzione. In questo contesto la cantina del ristorante gioca un ruolo importante, non solo perché il vino è un elemento decisivo nell'offerta al cliente, ma anche perché una gestione sbagliata della cantina può compromettere i risultati economici dell'attività. **Ecco allora che un servizio come quello di "The Winesider", realtà che offre tutta la cantina in conto vendita, con un sistema di fatturazione e riordino settimanale solo sulla base delle bottiglie vendute, diventa, in termini di ottimizzazione dei costi e della gestione del lavoro, un bel passo avanti.**

**"Host", quindi, ha alzato il velo sulla nuova collaborazione firmata da Fipe/Confcommercio ed Ice - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, un progetto che parte con cinque grandi testimonial, in collaborazione con "Le Soste", l'associazione che riunisce i migliori ristoranti di cucina italiana nel nostro paese e in Europa, ovvero il trstellato Massimiliano Alajmo (tre stelle Michelin, con "Le Calandre" di Rubano), Silvia Baracchi (stellata con "Il Falconiere" di Cortona), Herbert Hintner ("Zur Rose" a San Michele, in Alto Adige), Claudio Sadler (una stella con il ristorante Sadler di Milano) ed il siciliano Giuseppe Santoro, che saranno protagonisti di attività promozionali in Francia, Stati Uniti, Germania, Russia e Inghilterra, partecipando a eventi e fiere di settore e girando delle pillole video che verranno promosse durante la settimana della cucina italiana nel mondo.** Tutto questo per mostrare al pubblico come, frequentando i ristoranti certificati, sia possibile vivere una esperienza gastronomica 100% italiana anche all'estero.

Cosa tutt'altro che scontata, visto che il 94% dei ristoratori certificati italiani all'estero si è trovato davanti a prodotti contraffatti, il 60% ha rilevato falsi ristoranti italiani, mentre l'89% ha notato ricette non congrue ma spacciate per originali. Il 43%, seppur senza certezze, ha avuto seri dubbi sull'origine dei prodotti utilizzati. **E, infatti, seppure l'alimentare made in Italy è destinato a raggiungere, a fine 2021, i 52 miliardi di euro**

**di esportazioni, il cosiddetto "italian sounding", con due prodotti agroalimentari tricolori su tre falsi ed un giro d'affari di 100 miliardi di euro, vale il doppio dell'export di cibo italiano nel mondo. Anche questi numeri arrivano da "Tuttofood", dove la Coldiretti ricorda il +13% dell'export dell'agroalimentare italiano nei primi 8 mesi 2021:**

al primo posto, tra i Paesi importatori di italian food, c'è la Germania, che registra un incremento del 9% a luglio, seguita da Usa (+3%) e Francia (+9%). Fuori dal podio la Gran Bretagna, dove però le vendite sono stagnanti a causa delle difficoltà legate alla Brexit, tra le procedure doganali e l'aumento dei costi di trasporto dovuti a ritardi e maggiori controlli. Da segnalare la crescita del 14% in Russia e del 50% in Cina. **Nella "top 10" delle specialità più taroccate nel mondo, invece, ci sono mozzarella, Parmigiano Reggiano e Grana Padano, Provolone, Pecorino Romano, salame, Mortadella, sughi e passate, vino (a partire dal Prosecco) e pesto.**

Copyright © 2000/2021

TAG: CIBO, HOSPITALITY, HOST, RISTORAZIONE, TECNOLOGIA, TUTTOFOOD, VINO

---

ALTRI ARTICOLI

---