

TuttoFood e Host, 2200 espositori per far crescere il made in Italy

29 Settembre 2021 - 16:25

IN EVIDENZA



Il caso Morisi

La corsa al Colle



Green pass

Over

Il nuovo ilGiornale.it

Dal 22 al 26 ottobre le manifestazioni internazionali dedicate al food e all'ospitalità professionale insieme in **Fiera Milano**. Report di PwC Italia: agroalimentare in crescita dell'11% trainato dalle esportazioni ed entro il 2023 del 24% per un valore di 532 miliardi

Alberto Taliani

0 COMMENTI



Fiera Milano accelera sulla ripartenza e sull'**internazionalizzazione** delle aziende italiane con due appuntamenti fondamentali per il sistema Italia e l'export: **TuttoFood** e **Host Milano** che si tengono **insieme** - #BetterTogether - e in **presenza** nel quartiere espositivo di **Fiera Milano** a Rho **dal 22 al 26 ottobre prossimi**. Sinergia unica, fra settori complementari quelle dell'**agroalimentare** e dell'**ospitalità professionale** che secondo una recente ricerca di PwC, da qui al 2024 cresceranno a tassi tra il 2,4% e il 4,6% l'anno, secondo il comparto e gli analisti prevedono che a fine 2021 le esportazioni agroalimentari italiane supereranno la soglia dei 50 miliardi di euro.

Presentazione nella **Torre PwC** a CityLife, simbolo della nuova Milano, a cui hanno preso parte il ministro degli Esteri e della Cooperazione internazionale **Luigi Di Maio** intervenuto con un video messaggio, il sottosegretario agli Esteri **Manlio Di Stefano**, l'amministratore delegato e direttore generale di **Fiera Milano Luca Palermo**, il presidente dell'Agenzia ICE, **Carlo Ferro** e il presidente e amministratore delegato di PwC Italia **Andrea Toselli**.

L'export agroalimentare nei primi sei mesi del 2021 è cresciuto più del 10% rispetto al 2020, per un valore di quasi 18 miliardi euro, ponendo l'Italia al dodicesimo posto a livello globale, ha detto il ministro Di Maio, evidenziando come il settore agroalimentare, anche nella crisi pandemica, abbia svolto un ruolo di traino per il sistema Paese perché rappresenta il 25% del Pil e oltre 2 milioni di aziende soprattutto piccole e medie. Secondo Di Maio, questo è "un **momento felice per i prodotti italiani all'estero** con un aumento delle esportazioni nei primi sette mesi del 23% su base annua" superiore al trend di Francia e Germania e un valore assoluto di **300 miliardi** di euro. Risultati frutto anche della decisione di accentrare in Farnesina le deleghe all'internazionalizzazione, mettendo a sistema la rete diplomatico consolare, Ice-Agenzia, Sace, Simest in un polo per l'export che ha accelerato l'efficacia delle misure del **Patto per l'Export** per il quale "in 18 mesi siamo riusciti a stanziare circa 5,4 miliardi di euro". E il ministro ha annunciato: "Nelle prossime settimane avvieremo una **campagna di comunicazione straordinaria** in alcuni **mercati prioritari europei** dedicata alle filiere italiane di carattere internazionale. La campagna promuoverà anche la **sicurezza e la qualità delle nostre fiere** e la **bellezza e il patrimonio dei territori** che ospitano le manifestazioni". I contenuti della campagna saranno diffusi anche dalla rete diplomatico consolare negli eventi di promozione integrata a partire dalla *Settimana della cucina italiana nel mondo* in programma dal 23 al 29 novembre.

"Con la **sinergia tra TuttoFood e Host Milano** mettiamo a sistema due **comparti strategici**, l'agroalimentare e l'ospitalità professionale, che rappresentano una eccellenza del Made in Italy. In fiera, grazie a più di **2.200 espositori provenienti da più di 40 Paesi**, racconteremo il meglio della produzione a livello globale. Il nostro obiettivo è, come sempre, supportare le imprese che scelgono lo strumento fieristico come vetrina privilegiata per presentarsi al mondo - ha sottolineato **Luca Palermo** -. Per questo faremo incontrare il meglio della domanda con il meglio dell'offerta: tra i **buyer** confermati, abbiamo **operatori provenienti da tutta l'Europa, dal Nord e Sud America e dal Medio Oriente**. Oggi più che mai le **manifestazioni fieristiche sono un driver di sviluppo al servizio delle imprese e dei settori industriali**. Siamo orgogliosi di poter dire che dal 22 al 26 ottobre faremo il punto sugli scenari del futuro. Ancora una volta Milano, insieme alle sue fiere, confermerà il suo ruolo guida come catalizzatore di eventi e appuntamenti internazionali".

"L'agroalimentare e l'arredamento sono due autentici portabandiera della qualità italiana nel mondo, e l'evento di oggi dimostra che è possibile unire settori diversi accomunati da esigenze simili di proiezione verso i mercati stranieri. - ha spiegato **Manlio Di Stefano** -. Si tratta di quello spirito di squadra che, come Governo e come Farnesina, cerchiamo di incoraggiare, e proprio per questo è una soddisfazione poter vedere una sinergia concreta da tempo auspicata in tutto il settore fieristico, vero e proprio volano della nostra economia esportatrice e vetrina delle nostre eccellenze. Per questo abbiamo stanziato, all'interno del *Piano Straordinario per la promozione del Made in Italy per il biennio 2020-2021* ben 57 milioni di euro per il **potenziamento al settore fieristico sia in forma fisica che digitale**. Questo evento congiunto di **Fiera Milano** è un'ulteriore dimostrazione che il nostro Paese si sta rialzando e che dopo l'epoca pandemica stiamo assistendo a una rinascita della nostra capacità produttiva e di export".

"TuttoFood, che comprende anche Host e **Meat-Tech**, dimostra la **capacità delle nostre imprese di**

fare sistema e trovare sinergie per ampliare la platea di visitatori evidenziando l'importanza delle filiere globali - ha commentato **Carlo Ferro** -. TuttoFood potrà contare sulla presenza di 1084 top buyer internazionali da 75 Paesi che avranno modo di scoprire direttamente le proposte delle aziende. Oltre all'incoming di buyer stranieri e alla realizzazione di incontri business-to-business online, vogliamo contribuire con un corner dedicato a giovani, start-up e imprese innovative del settore che avranno la possibilità di presentarsi e stringere importanti relazioni commerciali. Un'azione a cui tengo molto e che è stata avviata molto tempo prima della pandemia. Buon lavoro a tutti i partecipanti”.



“Le ultime previsioni del Governo - commenta **Andrea Toselli** - ci danno segnali positivi sulla crescita del Pil nazionale, stimata intorno al 6% su base annua. Secondo le rilevazioni dell'Ufficio Studi di PwC **l'export italiano**, che nel 2021 ha già superato i livelli pre-pandemia, **entro il 2023 toccherà 532 miliardi di euro**, con una **crescita del 24% rispetto al 2020**. A incidere positivamente saranno anche i 6,8 miliardi di risorse stanziati dal Pnrr e i fondi complementari a sostegno diretto dell'agroalimentare italiano, che oggi rappresenta oltre 500mila addetti. È un segnale importante che conferma come il food e l'hospitality restino comparti chiave del tessuto produttivo italiano sui quali **investire** per il benessere del Paese”.

Per l'export in Italia si stima una crescita continua nel prossimo biennio: nel 2021 si attende un rimbalzo dell'11,3%, rispetto al calo in valore del 9,7% registrato nel 2020, che permetterà un pieno ritorno ai livelli pre-pandemia, con un aumento ulteriore del 5,4% nel 2022 e una crescita del 4,0%, in media, nel biennio successivo: è questo lo scenario che emerge dal report dell'Ufficio Studi di PwC Italia.

Quanto ai diversi settori, il **valore dell'export nel mercato agroalimentare è in continua crescita** così come il suo peso sul totale dell'export italiano, che aumenterà dell'11% nel 2021 rispetto al valore pari a 44,6 miliardi di euro nel 2020. L'agroalimentare, si evidenzia nel dossier, è infatti “il comparto che ha risentito meno della crisi pandemica, non essendo stato colpito da particolari restrizioni o fermi produttivi”. Nel 2020, il valore delle vendite all'estero di prodotti italiani è rimasto in crescita, così come il suo peso sul totale dell'export italiano, passando dal 9,2% (2019) al 10,3% nel 2020. “Gli effetti dello stop forzato alle attività ricettive e ricreative della filiera Ho.Re.Ca. sono stati infatti parzialmente contenuti dall'incremento della spesa per i consumi domestici e dal maggiore utilizzo di soluzioni di food delivery, iniziate a diffondersi durante la pandemia e destinate a permanere”.

Le previsioni di consumo dell'Ufficio Studi di PwC Italia per il periodo 2021- 2024 segnalano tassi di crescita superiori ai livelli pre-Covid sia per gli scambi mondiali che per le esportazioni italiane nel settore alimentare: i segmenti che mostrano la ripresa più rapida per il commercio mondiale sono olio (+7,6%) e pesce (+7,1%), mentre a **trainare le esportazioni italiane**, sono i segmenti del pesce (+9,9%) e dei latticini (+7,9%). Ma a guidare la ripresa del settore agroalimentare italiano sono anche i cambiamenti di consumo: **"Nel 2022 si mangerà più italiano, biologico e locale"**.

Per quanto riguarda i **servizi di Hospitality** “nonostante il 97,5% dei ristoratori abbia registrato nel 2020 un calo di fatturato, i dati 2021 segnano +82,7% nel secondo trimestre 2021 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente”. In **forte risalita** anche l'export italiano della **Ristorazione professionale**, che nei primi tre mesi del 2021 registra un aumento del +20,8% a valore rispetto al primo trimestre 2020, superando anche i livelli pre-Covid con una crescita del +7,5% sullo stesso periodo nel 2019. Entro il 2024 "si prevede un ritorno a ritmi di sviluppo accelerati per gli scambi mondiali". Fra i **segmenti più dinamici** si evidenziano proprio la Ristorazione professionale (+6,9% medio annuo nel periodo 2021-2024 a valore) e la vendita di Caffè e macchine (+7% medio annuo). Anche a livello italiano, l'export dei servizi di hospitality sarà guidato dai comparti Caffè e macchine, panificazione e pasticceria.

DIVENTA REPORTER CON NOI

Corso di fotogiornalismo con Marco Gualazzini

PRESS

Commenti

Commenta