



RICETTE

CHEF

RISTORANTI

PRODOTTI

ATTREZZATURE

VIDEO

SHOP



## I TEMI CALDI DI TUTTOFOOD MILANO 2023

*TUTTOFOOD è il più importante hub internazionale per l'intero comparto enogastronomico e agroalimentare. TUTTOFOOD può vantare un forte legame con alcuni dei Paesi d'oltreoceano, come USA e Canada, di cui è in grado di intercettare usi e consumi del mondo food&beverage.*

**Fiera Milano** punta sul **Nord America** per promuovere l'interscambio dei comparti Food e Beverage. La mostra **B2B** per l'ecosistema agroalimentare è ormai presente da diversi anni in **USA** e **Canada** con l'obiettivo di far conoscere le aziende promotrici. Ormai consolidato questo interscambio, il mercato B2B di Italia e Nord America ha già i suoi **prodotti must** come il vino, i dolci e l'olio EVO. A questi si aggiungono la carne, il pesce e le bevande alcoliche. Il prodotto food più esportato in termini assoluti, secondo i dati riportati da TUTTOFOOD, è l'olio, che si prospetta in forte crescita da qui al 2025.



ISCRIVITI ALLA  
NEWSLETTER

## IN EVIDENZA



**Tiramisù: ricetta originale e risposta degli chef italiani ai video più popolari del web!**

Ma non mancano esempi virtuosi che rivelano la conquista di alcune fette di mercato con **prodotti innovativi**. L'esempio viene dal mondo dei legumi, cereali e semi che con la proposta degli **healthy snacks**, ha fatto registrare all'estero una crescita negli ultimi 5 anni, con focus in particolare in Nord America. Alcune realtà dello stivale reinterpretano infatti la categoria "legumi e semi" attraverso soluzioni vegetali pensate per rendere questi alimenti fruibili a tutti, nei diversi momenti della giornata, con linee a rapida cottura e ready-to-eat.



Tra i prodotti che maggiormente rappresentano l'Italia non poteva non essere citata la **pizza**. In generale, tra i produttori di surgelati interpellati da TUTTOFOOD, è emerso un rialzo dei consumi, in particolare proprio delle pizze. La richiesta di nuovi formati, ricette e ingredienti è continua, perché i gusti in fatto di pizza sono molto diversificati e i consumatori richiedono la stessa varietà di proposte che trovano in pizzeria.

Un altro ambito di possibile crescita per l'export del Food e Beverage italiano viene dal turismo enogastronomico. Secondo l'ultimo Rapporto dell'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico, l'Italia vanta il primato europeo per prodotti certificati (IG). La novità degli ultimi anni è il forte orientamento al biologico dei turisti enogastronomici, ma anche i micro-birrifici e i "musei del gusto" che attraggono un turismo internazionale sempre più legato al contesto, alla conoscenza del territorio e dei suoi prodotti.

Il patrimonio agroalimentare e vitivinicolo italiano diventa dunque portavoce del made in Italy nel mondo, veicolando quella ricchezza di culture e tradizioni che caratterizza il nostro Paese nell'immaginario collettivo. Le eccellenze food sono i veri ambasciatori dei territori, aumentando la soddisfazione del turista che cerca sempre più quello che viene definito "**specialty food**", ovvero un prodotto gourmet realizzato con metodi tradizionali artigianali che incontra il gusto del consumatore USA.

Un elemento che ha caratterizzato il post-pandemia è infatti una nuova consapevolezza del consumatore, che non si limita più a cercare il prodotto che gli piace, ma vuole che questo provenga da aziende che rispecchino i valori e la tradizione del bello e ben fatto.

Il tema dell'interscambio mondo su mondo sarà uno dei focus trattati a TUTTOFOOD, dall'8 all'11 maggio 2023 a **Fieramilano**.



**Il riso al salto in un ristorante Michelin milanese con Claudio Sadler**



**Le Salse Madri in un 2 stelle Michelin francese con Giuliano Sperandio - Le Taillevent\*\***



**Pasta alla Genovese: la ricetta di Antonio Sorrentino e Carmela Abbate**