

L'EVENTO

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Gelato e pizza non hanno frontiere

Il settore del foodservice si incontrerà al Sigep World a Rimini dal 16 al 20 gennaio per individuare tendenze e opportunità del 2026. Carniello: "La presenza di così tanti Paesi è frutto della strategia di internazionalizzazione di Leg"

Il 2026 si presenta come un anno complesso per il foodservice italiano. Ma non per questo privo di opportunità. Se da un lato i dazi rappresentano un oggettivo ostacolo all'export, dall'altro il riconoscimento della cucina italiana come patrimonio dell'umanità da parte dell'Onu costituisce una spinta alle vendite.

«La decisione delle Nazioni Unite - dice Marco Carniello, chief business officer di Italian Exhibition Group (Leg) - contribuirà a rendere ancora più premium la cucina italiana che, da sola, rappresenta quasi un quinto della ristorazione globale seduta al tavolo. Per quel che riguarda i dazi, invece, essi sono oggettivamente un problema, ma le aziende italiane hanno sempre mostrato grande capacità di muoversi anche in contesti difficili grazie alla loro flessibilità e intraprendenza. Stanno già cercando nuovi mercati di sbocco per le loro merci e su questo fronte le fiere rappresentano uno strumento oggi più importante che mai».

A dare il tono dell'anno che si è appena aperto sarà Sigep World, the world expo for foodservice excellence, l'evento che Leg organizzerà nel proprio quartiere fieristico di Rimini dal 16 al 20 gennaio e che si appresta ad aggiornare tutti i record in fatto di espositori e visitatori. Un andamento che non stupisce visto la forza dei settori che ne costituiscono l'ossatura: gelato, pasticceria, cioccolato, caffè, panificazione e pizza.

A livello europeo, il settore del gelato artigianale conta oltre 65.000 punti vendita e circa 300.000 addetti. Nella sola Italia ci sono circa 39.000 esercizi tra

gelaterie, pasticcerie e bar. Nel 2024 l'intera filiera italiana, che include ingredienti, macchinari, vetrine e attrezzature ha superato i 4 miliardi di euro di fatturato (dati Acomag), con una forte vocazione all'export: il comparto degli ingredienti registra una quota estera del 67%, mentre quello delle macchine e delle tecnologie supera il 70% di vendite sui mercati internazionali.

«Il gelato artigianale, che è ben diverso dall'ice cream - precisa Carniello - sta facendo registrare un crescente successo all'estero con nuovi mercati che si stanno aprendo in America e in Medio Oriente. È considerato un prodotto premium - negli Stati Uniti un cono arriva a costare 15 dollari - e viene spesso consumato dopo la pizza, cosa che da noi non avviene».

Un discorso analogo può essere fatto anche per la pizza. Essa supera i 15 miliardi di euro di fatturato in Italia, a cui si aggiungono i 13,4 miliardi della filiera della panificazione, in uno scenario di consumi più selettivi ma orientati alla qualità. Per quel che riguarda infine il caffè la produzione italiana nel 2024 ha sfiorato le 431.000 tonnellate, con volumi stabili (+0,6%) e un incremento del valore alla produzione dell'8,5%, pari a circa 4,36 miliardi di euro. Nel settore della torrefazione operano circa 1.000 aziende distribuite su tutto il territorio nazionale, con un'occupazione diretta stimata in circa 7.000 addetti e un giro d'affari complessivo che nel 2024 ha raggiunto circa 5,7 miliardi di euro, di cui 2,6 miliardi derivanti dall'export e 3,1 miliardi dalle vendite sul mercato interno.

«I prodotti italiani si posiziona-

no nella fascia alta a qualsiasi latitudine - prosegue il manager di Leg - e questo permette loro di assorbire i dazi senza eccessivi problemi. La nostra fiera è la piattaforma ideale per sbarcare su nuovi mercati. Sono infatti presenti ben 160 Paesi; quest'anno la nazione ospite sarà l'India, che ha potenzialità enormi. Saranno presenti non solo buyer indiani ma anche rappresentanti delle istituzioni. Offriremo inoltre corsi di formazione ai giovani gelatai indiani».

Al Sigep World 2026 saranno presenti 1300 espositori. Accanto ad una presenza italiana solida ci sarà anche una significativa componente estera (+33% rispetto all'edizione precedente) con 45 Paesi pronti a intercettare il mercato globale del dolce e dell'out-of-home. In questa geografia in continua espansione si distingue un gruppo di Paesi che, per peso industriale e capacità di innovazione, traina, assieme all'Italia, le principali filiere del settore: Germania, Spagna, Francia, Cina, Turchia, Belgio, Polonia, Stati Uniti, Grecia e Danimarca. Si aggiungono i nuovi ingressi dell'edizione di quest'anno: Canada, Arabia Saudita, Algeria, Ecuador, Estonia, Serbia, Singapore, Nepal e Repubblica Ceca. «La presenza di così tanti Paesi - conclude Carniello - è frutto della strategia di in-



ternazionalizzazione di Ieg che ha esportato i propri format all'estero. Sigep è per esempio presente a Singapore, in Cina e a Las Vegas. Tutte le imprese che ci hanno conosciuto nel loro Paese si danno appuntamento a Rimini per l'evento madre». -m.fr.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

45

1.300

Al Sigep World presenti
45 Paesi in crescita
del 33% sull'anno passato

Sono 1.300 gli espositori
che parteciperanno
all'evento di Rimini



FOCUS

I CONSUMATORI EUROPEI SI CONSOLANO CON IL DESSERT

I cittadini europei vanno un po' meno a mangiare fuori ma non rinunciano al dolce. È questa la principale evidenza dell'Osservatorio Sigep Natale, secondo il quale a fronte di un lieve calo delle visite nel fuori casa (-0,6%), il consumo di dessert è aumentato del 6% nei cinque principali Paese del Vecchio Continente (l'Italia si è fermata a +2,3%). "Il dessert resta un piacere irrinunciabile, anche in un contesto di economie più prudenti", spiega Matteo Figura, direttore Foodservice di Circana Italia.



I PROTAGONISTI



MARCO CARNIELLO

Direttore Fiere e Innovazione di leg: "Il gelato artigianale, che è ben diverso dall'ice cream sta facendo registrare un crescente successo all'estero"