

Fiere, inaugurata in digitale Sigep exp, la community internazionale del foodservice dolce

Attualità - 15 marzo 2021 - 15:09



Sigep Exp in digitale fa scuola nel mondo. Apertura con 1.048 utenti connessi da ogni dove, questa mattina, per la manifestazione internazionale della gelateria, pasticceria e panificazione artigianali e del caffè di **Italian Exhibition Group**, per la prima volta su piattaforma online (raggiungibile dal sito sigep.it). Una bussola di qualità e visione per il mercato del foodservice dolce che si articola tra gli stand digitali dei 250 espositori e gli oltre 200 eventi organizzati da IEG e dalle aziende nei due format Vision Plaza e Sigep Lab. Il primo passo per ritrovarsi poi tutti in presenza nel gennaio 2022 a Rimini.

«Siamo qui in formato digitale oggi – ha ricordato **Lorenzo Cagnoni**, Presidente di Italian Exhibition Group – perché non possiamo fare diversamente e non vogliamo abdicare al nostro impegno strategico a favore delle imprese, in un periodo complesso come quello attuale. La rotta verso cui navighiamo è quella delle fiere in presenza e Sigep Exp è concepito per essere un punto di riferimento in questa fase transitoria. E i numeri ci danno ragione: 2.000 i business meeting già fissati nelle agende dei buyer internazionali di oltre 60 Paesi. Dobbiamo attraversare un ponte, verso gli obiettivi di ripresa e sviluppo che stanno davanti a noi».

«Sigep è una manifestazione mondiale – ha detto in collegamento video il Presidente della Regione Emilia-Romagna **Stefano Bonaccini** –, bene non aver ceduto alla tentazione di rinunciare. Con il digitale si possono continuare a promuovere le eccellenze di queste filiere, che il numero di buyer citati sta a dimostrare. Non c'è voglia di cedere. E sono fiducioso che il prossimo Sigep possa avvenire in presenza, per ricostruire fiducia e futuro, grazie anche alla vaccinazione, strumento che lo scorso anno non avevamo».

«Questa fiera è parte della città – ha sottolineato **Jamil Sadegholvaad**, Assessore alle Attività economiche del Comune di Rimini –, punto di riferimento internazionale e ambasciatore del dolciario italiano nel mondo. E' un momento difficile per fare business, ma siamo fiduciosi che nuove opportunità arriveranno dal Recovery Plan, per quei territori come Rimini che hanno imboccato la strada della sostenibilità e dell'innovazione e che hanno nella fiera un motore di sviluppo del territorio. Supereremo questo momento».

E la leva del settore del dolce artigianale si conferma strategica anche per l'export Made in Italy, come ha ribadito il Presidente di Agenzia ICE **Carlo Maria Ferro**: «Oggi l'Italia è il secondo esportatore al mondo di prodotti della categoria di caffè, il terzo di prodotti di pasticceria e pane, il quarto di gelati e di prodotti a base di cioccolato. Un primato che si conferma anche nei macchinari: deteniamo il 90% del mercato globale per le macchine e le vetrine della gelateria, siamo i primi nel mondo nell'export delle macchine per panificazione e dolci. Nel 2020, l'industria agroalimentare italiana ha registrato comunque una crescita delle esportazioni dell'1,7 % e all'interno di queste il segmento della gelateria una crescita del 2%».

Per sostenere la community del fuori casa dolce, IEG ha costruito con la società globale NPD Group un salotto di pensiero (la Vision Plaza) per avere strumenti di analisi capaci di leggere e governare il cambiamento in atto nel settore.

Corrado Peraboni, amministratore delegato di Italian Exhibition Group, in apertura del primo talk, ha sintetizzato: «“Trasformare un'esperienza così fisica come Sigep in qualcosa di digitale è stato un grande sforzo. Ma ognuno di noi, dal gelatiere a chi produce macchinari, ha dovuto creare qualcosa di inedito, nell'ultimo anno. I talk di Sigep Exp sono la seconda gamba di quel che offriamo al mercato, mentre procedono i colloqui business: conoscere i contenuti ed essere informati sulle principali tendenze, in attesa di rivederci a Rimini il prossimo gennaio».

Tre le direttrici principali di cui professionisti e imprese devono essere consapevoli oggi, emerse nell'incontro inaugurale di stamane. «Smart working, mobilità sostenibile e riduzione degli spostamenti erano tendenze già in atto, ora accelerate – ha dichiarato **Matteo Figura**, Direttore di NPD Group Foodservice per l'Italia – La ristorazione risponde a bisogni di esperienza che arricchiscono la qualità della vita. La funzione di servizio della ristorazione deve dunque essere riorganizzata e va portata in luoghi nuovi, non solo urbani».

Gli ha fatto eco la professoressa **Simona Tondelli**, urbanista dell'Università di Bologna: «Le città cambiano sempre, sono organismi viventi che si adattano ai cambiamenti. Ma la riorganizzazione degli spazi che segue al distanziamento fisico non fa venire meno il bisogno

di socialità. La dieta mediterranea è patrimonio intangibile Unesco, anche per le forme di relazione che implica, a partire dallo stare a tavola assieme».

“Un seme di ripartenza – ha concluso **Francesco Bruschi**, Strategy director FutureBrand Milano – c'è. In questa trasformazione non perderemo le peculiarità del cibo, ma dovremo innovarle. Da una maggiore attenzione agli aspetti di salubrità, alla sostenibilità, il digitale interverrà soprattutto nella diversificazione delle esperienze che associamo al cibo e che ne costituiscono l'identità».