

Rimini, Sigep ritorna in presenza nel 2022 la 43esima edizione

Attualità - 29 luglio 2021 - 12:10



Una più forte connotazione internazionale, la riconoscibilità di un prodotto tipicamente italiano, una manifestazione che è già brand e che rappresenta il luogo di business per eccellenza per l'intero settore. A gennaio 2022 tornerà il Sigep. E tornerà in presenza nei grandi e accoglienti spazi del quartiere fieristico di Rimini come ambasciatore italiano del dolce. Gelato e pasticceria artigianali, cioccolateria, caffetteria e panificazione, icone dello stile di vita italiano nel cibo, si incontreranno di nuovo dal vivo tra i padiglioni riminesi di IEG - Italian Exhibition Group dal 22 al 26 gennaio prossimi.

*«Abbiamo colto tra gli stakeholder e gli espositori storici il pieno desiderio di tornare al Sigep in presenza – dichiara il **presidente di IEG, Lorenzo Cagnoni** –. Un attaccamento che ci ha sostenuti nella costruzione e condivisione dell'edizione 2022. Un appuntamento che tutti noi attendiamo da due anni».*

*«Il nostro lavoro sul patrimonio che questo brand rappresenta per le imprese italiane non si è mai interrotto – aggiunge **Corrado Peraboni, AD di IEG** –. Subito dopo il Sigep Exp full digital dello scorso marzo è partita la road map di business con l'intero settore. Tanto da fissare sul calendario le date delle prossime edizioni, da qui al 2025, compreso AB Tech Expo del 2023: un segnale al mercato del foodservice dolce che a livello internazionale mostra segnali di piena vivacità».*

Tante le novità di prodotto che il pubblico potrà passare in rassegna tra gli stand che animeranno la Fiera di Rimini. Gli operatori troveranno inoltre a Sigep 2022 una rinnovata, specifica attenzione agli ingredienti, arredamento per i dehors, packaging ecosostenibile, servizi digital, logistica e catena del freddo.

Confermate inoltre le Arene dedicate alle singole filiere del gelato, pasticceria, caffè e bakery.

E ancora, Sigep 22 presenterà le tendenze di scenario con uno sguardo internazionale: nuove esigenze dei consumatori, innovazioni, tecnologie e strategie di mercato dei diversi paesi del

mondo saranno al centro dei talks che animeranno la Vision Plaza, in collaborazione con società di ricerca internazionali, associazioni e media partner.

Il Salone prevede anche una “Digital Agenda” di tre giorni (in questo caso dal 26 al 28 gennaio) dedicata al matching tra espositori e buyer su piattaforma digitale.

E in attesa del gennaio 2022, Sigep propone, da settembre a dicembre, i “Thematic Days”, appuntamenti digitali riservati ai professionisti che tracceranno la road map verso l’edizione in presenza.