nota stampa finale

**RIMINI: SIGEP WORLD, INTERNAZIONALITÀ PROTAGONISTA.**

**SI CHIUDE OGGI L’EDIZIONE PIÙ GRANDE E GLOBALE DI SEMPRE**

* **Al +26% la visitazione estera da 160 paesi, la più alta di sempre**
* **L’eccellenza del foodservice rappresentata da 1300 brand espositori da 33 paesi**
* **Il pieno successo dell’operazione “Guest Country” con l’Arabia Saudita**

*Rimini, 22 gennaio 2025* – “La sfida dell’internazionalità è stata vinta”. Così, **Corrado Peraboni, AD di Italian Exhibition Group** commenta l’edizione di **SIGEP World** appena conclusa alla Fiera di Rimini. “La strategia di sviluppare i nostri prodotti leader all’estero e di investire sulle delegazioni di buyers si è dimostrata di successo anche per incrementare la visitazione straniera alle nostre manifestazioni flagship in Italia, come per SIGEP World”. Quest’anno è inoltre partita l’operazione test con voli diretti Monaco - Rimini organizzata in collaborazione con **Luxwing e l’aeroporto Fellini,** voli che hanno avvicinato Sigep ai principali mercati mondiali. “In particolare dalla Germania - aggiunge Peraboni - abbiamo avuto il +68% di crescita di visitatori, ma tutti i mercati più strategici per il foodservice che rappresentiamo presentano crescite a doppia cifra”. La manifestazione **con un +14% totale di presenze, di cui +26% straniere (la visitazione più alta di sempre),** si è infatti confermata punto di riferimento per l’industria del foodservice, proponendo sfide sempre più all’avanguardia e tecnologiche. Un appuntamento di business unico che con Rimini, un nome per tutti sinonimo di accoglienza, ha definito un binomio vincente.

**ARABIA SAUDITA GUEST COUNTRY**

Un elemento distintivo di questa edizione è stata la presenza dell’Arabia Saudita grazie alla nuova operazione “Guest Country”. Il Paese, che ospiterà Expo 2030, sta emergendo come un mercato strategico nel settore dell’hospitality e della ristorazione. Per questo, e grazie alla sua crescita economica e alla domanda di tecnologie innovative, SIGEP World ha offerto alle aziende espositrici un’opportunità unica per costruire partnership con imprenditori chiave del mercato saudita. Una delegazione composta sia da rappresentanti istituzionali del Ministero dell’Ambiente e dell’Agricoltura e della Culinary Arts Commission sia da operatori commerciali rappresentati da importatori, catene di ristoranti e di luxury hotel, aprendo così nuove prospettive per l’industria globale del foodservice.

**I NUMERI DI UNA GRANDE EDIZIONE**

**SIGEP World - The World Expo for Foodservice Excellence**, manifestazione di **Italian Exhibition Group** (IEG) giunta alla 46ª edizione, si è dunque confermata punto di riferimento internazionale nel panorama fieristico per le filiere di Gelato, Pasticceria, Cioccolato, Caffè, Panificazione e Pizza, novità di questa edizione, con 1300 brand espositori, 30 padiglioni dedicati per 138.000 metri quadrati di offerta espositiva.

Oltre alla conferma di leadership assoluta sul mercato del Gelato, SIGEP World cresce nel 2025 nell’ambito del Caffè, con un +30% di aziende di macchine per espresso e super-automatiche, e aumentano di 50 le aziende del comparto della Pizza, in primis tecnologie come impastatrici e forni, farine, topping e basi surgelate.

Superati gli ottimi risultati della scorsa edizione, **con visitatori provenienti da 160 Paesi.**

Tra i Paesi di riferimento per Sigep, la Germania cresce del 68%, seguita da Spagna al +21% e poi Romania, Francia, Grecia e Polonia, tutti con crescita a doppia cifra. Più in generale nelle Top 10 per incrementi anche gli Stati Uniti al +64%. Il Middle East cresce del 38% con Emirati, Saudi Arabia, Turchia e Iraq Paesi più rappresentati, al +30% anche l'Africa non solo con i paesi del nord del continente (Egitto, Tunisia, Marocco e Algeria), ma anche con Sudafrica, Nigeria e Senegal che figurano tra i più rappresentati. Anche Latin America al +10%, trainata dal Brasile al +48%. Per quanto riguarda l'Asia, da segnalare l'incremento importante dell'India con un +34%. Tra i tanti Paesi da ogni angolo del mondo ricordiamo anche Saint Kitts e Nevis, Mauritius, Isole Faroe e Capo Verde.

Un ricco palinsesto di eventi ha caratterizzato i cinque giorni di manifestazione, con ben quattro competizioni internazionali (**Gelato Europe Cup, Gelato Festival World Masters, Bread in the City, World Pizza Champion Games).**

Sono stati oltre **5500 i business meeting negli stand degli espositori**, con 545 **top buyer provenienti da 79 Paesi del mondo e 3300 buyer europei aderenti al Premium Program,** grazie alla preziosa collaborazione col **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e dell’Agenzia ICE** e la rete dei regional advisor di IEG.Ben 40 gli eventi di carattere internazionale, con oltre 60 speaker provenienti dall’estero.

**PAROLE D’ORDINE: TECNOLOGIA E FUTURO**

SIGEP World 2025, inaugurata dal **Ministro dell’Agricoltura e della Sovranità Alimentare Francesco Lollobrigida,** è stata apprezzata per un forte focus sulle nuove tendenze del foodservice, presentando un’offerta espositiva completa delle principali filiere del settore, con focus su tecnologie, attrezzature e ingredienti.

Grazie a **SIGEP Vision**, l’osservatorio di IEG sul comparto, la manifestazione è diventata un importante incubatore di tendenze e si è posta come osservatorio globale sui trend, nonché un punto di osservazione privilegiato per operatori, aziende e professionisti. Sono state importanti, in questo senso, le prestigiose collaborazioni avviate con le maggiori società di ricerca del settore. Circana ha presentato due tendenze ben specifiche che emergono per i ristoranti: **il ‘green’**, visto che il 44% dei consumatori si è dichiarato maggiormente fedele a locali che investono nella sostenibilità, e **l’innovazione**, considerando come il 66% dei consumatori in Europa cerca sempre di più ristoranti in grado di offrire esperienze uniche. **Positivi i numeri: la spesa nel settore del foodservice**, a livello europeo (Italia, Francia, Germania, Spagna e UK), è **tornata sopra ai livelli pre-Covid,** passando dai **309 miliardi di euro del 2019 agli attuali 336 (+9%).**

Tra le principali novità di SIGEP World 2025, lo sviluppo del settore caffè e cioccolato con il **Sustainability District**, nuova area dedicata alla promozione di pratiche virtuose nelle filiere del caffè e del cacao con tre progetti verticali: il [**Micro Roaster Village**](https://www.sigep.it/it/sigep-vision/sustainability-district#roaster), dove i micro-torrefattori hanno presentato le loro miscele uniche svelando ai visitatori le ultime tendenze. Ancora per la filiera del caffè, spazio alle [**Fully Automatic Coffee Machines**](https://www.sigep.it/it/sigep-vision/sustainability-district#automatiche),ovvero macchine da caffè superautomatiche che rappresentano il futuro del settore, nel segno della sostenibilità. Infine, per la filiera del cioccolato, il [**Bean To Bar**](https://www.sigep.it/it/sigep-vision/sustainability-district#bean), per immergersi nel mondo delle tecnologie e toccare con mano tutte le fasi della lavorazione del cioccolato artigianale.

Un’altra proposta che ha riscosso grande successo è stata l’installazione **Taste of Tomorrow**, il progetto che celebrava l’innovazione nel mondo del gelato, definendo le nuove frontiere della gelateria del futuro. Il gelato del futuro sarà sempre più biologico, sostenibile e funzionale. Classico, ma anche innovativo: nell’area sono stati presentati nuovi gusti ispirati alle erbe di un paesaggio alpino lavorate con microalghe, a conferma che l’innovazione e la sperimentazione sono alla base del lavoro dei maestri gelatieri.

**Da non dimenticare il grande risalto ottenuto dalla pizza,** il prodotto food più esportato al mondo e simbolo per eccellenza della tradizione italiana, grande protagonista a **SIGEP World** dove è stata valorizzata in ogni suo aspetto. Dalle migliori soluzioni in termini di attrezzature, tecnologie e format innovativi, agli ingredienti – come farine selezionate, conserve di pomodoro, oli, latticini d’eccellenza – passando per le farciture ed arrivando alle tecnologie più innovative. L’interesse mediatico è stato catturato dalle pizze dolci: dalle semplici paste fritte con cioccolato, fino alle recenti creazioni che vedono pizzaioli sperimentare impasti e ingredienti per realizzare veri e propri dessert innovativi.

Riflettori puntati anche sul premio all’innovazione di aziende e start-up, intitolato a Lorenzo Cagnoni, dedicato alle start-up e alle soluzioni più innovative presentate dagli espositori con particolare attenzione a categorie come Digital Innovation, Sostenibilità e Packaging. **Lorenzo Cagnoni Award** rappresenta un importante riconoscimento per le aziende e le start-up che stanno guidando il cambiamento nel settore del foodservice con prodotti e soluzioni tecnologiche creativi e sostenibili.

**ATTENZIONE ALLE NUOVE GENERAZIONI DI PROFESSIONISTI**

L’ultima giornata di Sigep ha visto la partecipazione di **3300 studenti provenienti da 60 scuole alberghiere e istituti professionali** per un educational tour che ha abbinato la formazione pratica all’interazione con le aziende. L’iniziativa rientra nel progetto **Sigep Academy** che ingloba Sigep Giovani e Sigep per le scuole.

**SIGEP, IL SUCCESSO MEDIATICO E QUELLO IN RETE**

Una fiera che ha registrato una grande visibilità: mediatica e social. **I contatti media totali**, ad oggi, superano i **488 milioni** con **737 giornalisti accreditati**, dei quali **57 dall’estero** con il top della stampa trade dai paesi focus della manifestazione ma anche con i grandi media internazionali come la tv **Télevision francaise 1,** o come la primaria tv privata tedesca, **Kabel Eins.**

Sui social, Sigep ha visto una community da **161mila professionisti**, con oltre **2 milioni di visualizzazioni** sul rinnovato ecosistema digital Sigep.it disegnato per informare e creare opportunità: di business, come dimostrano le migliaia di contatti professionali creati in App, o di occupazione (un esempio è il successo della funzione “Offerte di lavoro” dedicata all’incontro di domanda e offerta, in particolare per i giovani).

**I PROSSIMI APPUNTAMENTI**

**Italian Exhibition Group dà appuntamento per SIGEP World 2026 dal 16 al 20 gennaio (con nuove giornate di apertura, dal venerdì al martedì), sempre** **alla Fiera di Rimini,** mentre si prepara per[**Sigep China**, dal 24 al 26 aprile a Shenzhen e per **Sigep Asia**](https://www.sigep.it/network/sigep-asia), in programma a Singapore dal 16 al 18 luglio.Intanto, un’altra manifestazione Food&Beverage targata IEG è alle porte: **dal 16 al 18 febbraio la Fiera di Rimini ospiterà infatti Beer&Food Attraction.**

**PRESS CONTACT SIGEP ITALIAN EXHIBITION GROUP**

**head of media relation & corporate communication**: Elisabetta Vitali; **press office manager**: Marco Forcellini, Pier Francesco Bellini; **press office coordinator:** Luca Paganin; **press office specialist:** Mirko Malgieri

**international press office coordinator:** Silvia Giorgi**;** [**media@iegexpo.it**](mailto:media@iegexpo.it)

**MEDIA AGENCY SIGEP: Mind The Pop**

Martina Vacca: [martina@mindthepop.it](mailto:martina@mindthepop.it), mob. +39 339 748 4994; Fabrizio Raimondi: [fabrizio@mindthepop.it](mailto:fabrizio@mindthepop.it), mob. +39 335 389 848; Benedetto Colli: [benedetto@mindthepop.it](mailto:benedetto@mindthepop.it), mob. 380 371 2272; Stefano Chiossi: [stefano@mindthepop.it](mailto:stefano@mindthepop.it), mob. + 39 388 739 4358.

Immagine che contiene testo, Carattere, schermata

Descrizione generata automaticamente

Il presente comunicato stampa contiene elementi previsionali e stime che riflettono le attuali opinioni del management (“forward- looking statements”) specie per quanto riguarda performance gestionali future, realizzazione di investimenti, andamento dei flussi di cassa ed evoluzione della struttura finanziaria. I forward-looking statements hanno per loro natura una componente di rischio ed incertezza perché dipendono dal verificarsi di eventi futuri. I risultati effettivi potranno differire anche in misura significativa rispetto a quelli annunciati, in relazione a una pluralità di fattori tra cui, a solo titolo esemplificativo: andamento del mercato della ristorazione fuori casa e dei flussi turistici in Italia, andamento del mercato orafo - gioielliero, andamento del mercato della green economy; evoluzione del prezzo delle materie prime; condizioni macroeconomiche generali; fattori geopolitici ed evoluzioni del quadro normativo. Le informazioni contenute nel presente comunicato, inoltre, non pretendono di essere complete, né sono state verificate da terze parti indipendenti. Le proiezioni, le stime e gli obiettivi qui presentati si basano sulle informazioni a disposizione della Società alla data del presente comunicato.