

Per l'edizione 2025 della kermesse attesi 3.000 buyer
da tutto il mondo. Confermati i due appuntamenti all'estero
di **Letizia Magnani**

«Un evento sempre più internazionale»

L'AD CORRADO PERABONI

«Superati i numeri dell'anno scorso. Tra le novità la partecipazione di un guest country come l'Arabia Saudita con una delegazione di top buyer»

L'EVENTO PIÙ ATTESO al mondo per il settore della gelateria, pasticceria, pizza e non solo è sempre più internazionale. Ad annunciarlo è Corrado Peraboni (**nella foto**), amministratore delegato di Italian Exhibition Group, che ospita, dal 18 al 22 gennaio, la quarantaseiesima edizione di Sigep World, The World Expo for Foodservice Excellence. «L'edizione 2025 si connota per la forte crescita dell'internazionalità», sottolinea Peraboni. «I numeri della passata edizione sono già stati superati - precisa - dato che quest'anno prevediamo l'arrivo di circa 3 mila buyer da tutto il mondo. Un processo che, grazie alla collaborazione con l'Agenzia Ice e alla rete di regional advisor di leg, passa anche dal coinvolgimento diretto dei principali decision maker del settore. Altra novità 2025 è la presenza di un guest country come l'Arabia Saudita. Inoltre, per il 2025 confermiamo due grandi appuntamenti all'estero».

Il primo appuntamento è la terza edizione di Sigep China, in programma allo Shenzhen Convention dal 24 al 26 aprile. Mentre, dopo l'esordio dell'anno scorso, tornerà anche Sigep Asia, dal 16 al 18 luglio a Singapore. A Sigep World 2025 sono attesi 1.300 brand espositori provenienti da 33 Paesi e oltre 520 top buyer da 79 Nazioni, saranno invece 2.500 i buyer europei. L'Arabia Saudita sarà il guest country di questa edizione di Sigep World. A Rimini è attesa una delegazione di top buyer sauditi, tra cui la catena di coffee shop Barn's, che vanta oltre 800 store nel Paese, Elite Hospitality/Al-Nahla Group, tra le principali aziende hospitality e Al Tazaj, catena di quick service restaurant con 120 locali.

L'Arabia Saudita sta compiendo significativi passi avanti nel settore del turismo e dell'ospitalità, mirando a diversificare la sua economia e attrarre visitatori da tutto il mondo. Grazie agli enormi investimenti nelle infrastrutture, nella promo-

zione turistica e nello sviluppo di destinazioni di lusso, il paese sta cercando di posizionarsi come una destinazione turistica internazionale, diventando particolarmente attrattiva per le nostre aziende», dice Flavia Morelli (**nella foto qui sopra**), Group Exhibition Manager della divisione Food&Beverage di leg.

Quella fra Sigep World e Arabia Saudita è una partnership di più ampio respiro considerando che la capitale dell'Arabia Saudita, Riad, ospiterà l'Expo 2030. Per questo il paese sarà protagonista anche del talk inaugurale di Sipeg World, sabato 18 gennaio nella Vision Plaza, dalle 14.30). È prevista la presenza di Mohammad Alsuri, direttore della catena Tazaj. Innovazione e internazionalità sono le due cifre dell'edizione 2025 di Sigep World. Stati Uniti, India, Canada, Brasile e Turchia saranno le nazioni maggiormente rappresentate, ma si segnalano presenze anche da Sud America, Sud Est Asiatico e Paesi del Golfo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ECCELLENZE

Spazio anche al caffè Vale 5 miliardi di euro

A Sigep World c'è ampio spazio anche per un altro prodotto nel quale l'Italia brilla per qualità e stile, ma anche per numeri, il caffè. Sono oltre settemila gli addetti del settore, con un giro d'affari dell'industria del caffè che supera i 5 miliardi di euro. Il caffè torrefatto è stato il quarto prodotto agroalimentare italiano più esportato, con un giro d'affari di 2,2 miliardi di euro, un dato che conferma l'Italia come il secondo esportatore mondiale di questo prodotto. Nonostante gli aumenti, gli italiani non rinunciano ad un buon caffè, né a casa né al bar.





**STIMATE 2.500
PRESENZE
EUROPEE**

**Al premium
program,
riservato ai
buyer europei,
sono stimate
oltre 2.500
presenze
da 15 Paesi,
con Spagna,
Germania
e Francia
ai primi posti**