Aziende italiane in India con Food Hospitality World dal 23 al 26 gennaio

mumbai-skyline-at-night-d2f0dc51

Food e hospitality in scena a Mumbai durante la mostra ideata da Fiera Milano per i mercati extraeuropei

Fiera Milano accompagna le imprese italiane in India con una nuova edizione di Food Hospitality World, la mostra professionale che mette a frutto l'esperienza acquisita nei settori food (con la manifestazione Tuttofood) e ospitalità professionale (con la manifestazione Host). Dal 23 al 26 gennaio **Food Hospitality World** sarà infatti per la terza volta a Mumbai, con 5.000 metri quadrati di area espositiva e una massiccia rappresentanza italiana. L'*Italian Pavillion*, di oltre 700 metri quadrati, raggruppa oltre 60 aziende, che propongono 115 marchi. Una rappresentanza ampia e diversificata del miglior made in Italy alimentare, grazie anche alla presenza di 18 espositori singoli e diretti che offrono un merceologico che va dalla pasta al vino al gelato, passando per i prodotti da forno fino ad arrivare al mondo del caffè e delle macchine per caffè.



Tra i marchi presenti, Barilla, Divella, Garofalo, Rustichella, Balocco, Pastificio di Martino fanno parte dello spazio curato da Aidepi (Associazione delle Industria del Dolce e della Pasta Italiane) e ITA (Italian Trade Promotion Agency), che animerà la mostra attraverso sessioni di showcooking e performance live.

Cinque Regioni (Lombardia, Emilia-Romagna, Veneto, Piemonte – riunite nel Progetto interregionale del ministero dello Sviluppo Economico e di ITA – e Calabria) hanno creduto in FHW Mumbai e

partecipano all’evento con aziende dei rispettivi territori, interessate a entrare o rafforzarsi sul vasto mercato indiano.

FHW India è organizzata dal 2012, con cadenza semestrale, da Fiera Milano in collaborazione con The Indian Express Limited (Express Group), la più grande casa editrice Indiana con 35 pubblicazioni in 7 differenti lingue, e Hannover Messe (in joint venture con Fiera Milano).

Food Hospitality World è un evento dal concept innovativo, ideato su misura per i nuovi grandi mercati extraeuropei con la caratteristica di essere una mostra globale: sta infatti facendo il giro del mondo (ha già toccato Cina, India, Brasile e dal prossimo maggio sarà anche in Sudafrica), mantenendo costanti le sue caratteristiche di fondo, ma adattando l’offerta espositiva alle specificità della domanda locale.

“FHW India è ormai un punto di riferimento nel calendario delle mostre estere di Fiera Milano – dice **Paolo Borgio, Global Brand Manager FHW per Fiera Milano.** *La manifestazione è cresciuta molto e stiamo raccogliendo sempre più consensi. Il mercato indiano è in continuo fermento. La popolazione indiana spende in media il 57% del reddito familiare in acquisti legati al food e all’ospitalità ed è oggi più propensa al consumo di prodotti alimentari stranieri. Con queste premesse siamo convinti della bontà del nostro evento che, con la sua terza edizione a Mumbai, è pronto alla definitiva consacrazione. Abbiamo scelto Mumbai perché è la capitale finanziaria dell’India, ma non solo. Mumbai infatti vanta la più alta capacità d’importazione di alimenti e bevande di tutto il Paese (circa il 40% del valore del mercato totale)”.*