HostMilano, l'ospitalità professionale di domani è sostenibile

cq5damweb-12801280-717504b3

Sempre più tecnologica e sostenibile. L’**ospitalità professionale** di domani, in tutte le sue nuove declinazioni, è andata in scena durante la prima giornata di HostMilano e TuttoFood, le due manifestazioni in svolgimento tra i padiglioni di Rho Fiera che si concluderanno martedì 26 ottobre.

Cosi, se hospitality e agro-alimentare guardano senza mezzi termini all'innovazione, di prodotto e di processo, per affrontare i nuovi scenari del post pandemia, la parola d'ordine per realizzarla passa necessariamente dal 'green'. Lo hanno sottolineato sia **Simona Greco**, Global Exhibitions Director di Fiera Milano SpA ("in un'edizione che si avvicinerà ai livelli pre Covid in termini di affluenza, voglio sottolineare l’importanza che viene data alla sostenibilità anche da un settore di industria pesante, che talvolta non si percepisce così attento a quelle che sono le esigenze contemporanee"), che il sottosegretario alle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali **Gianmarco Centinaio**.

Nella ristorazione post Covid, servono filiere sempre più corte (e dunque sostenibili) fra agroalimentare del territorio e cucina, a maggior ragione quando si parla di Made in Italy. “Il nostro agroalimentare è il più cercato e copiato nel mondo, l’**Italian sounding** ha un giro d’affari stimato in 100 miliardi l’anno", ha detto Centinaio. Che ha aggiunto: "Con la pandemia i consumatori hanno mostrato di cercare, e di volere sempre di più, prodotti di qualità e tricolori. Il nostro obiettivo è avere filiere sempre più certificate e anche interlocutori qualificati, per questo bisogna investire nella formazione”.

Secondo i dati Doxa commentati durante il convegno di apertura della manifestazione, inoltre, la **sostenibilità è un tema sempre più sentito** dall'universo dei consumatori. il 50% degli italiani, infatti, si dichiara disposto a pagare di più per acquistare un prodotto sostenibile. Ma, mentre il 91% conosce il concetto di sostenibilità, solo il 34% ritiene di averne una conoscenza efficace. Il 72% dei consumatori, inoltre, considera importante il ruolo dell’innovazione nel facilitare soluzioni più sostenibili.