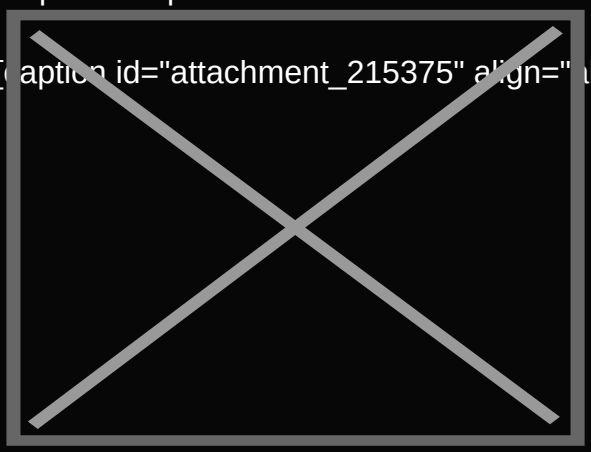
Italgrob, a Milano il via all’International Horeca Meeting 2023

international-horeca-meeting-3abed9b7

Al via a Milano la dodicesima edizione dell’International Horeca Meeting di Italgrob, manifestazione organizzata in collaborazione con Italian Exhibition Group, che si inserisce nel più ampio contesto di Beer&Food Attraction, previsto dal 19 al 22 febbraio 2023 nel quartiere fieristico di Rimini.

All’anteprima hanno preso parte analisti ed esperti di mercato, i presidenti delle maggiori associazioni di categoria del settore Beverage per fare il punto sull’andamento e sull’evoluzione del **mondo del consumo fuoricasa** che, dopo aver superato gli anni difficili della pandemia, ora deve affrontare sfide altrettanto complesse: l’aumento vertiginoso dei costi di gestione, l’inflazione, il calo del potere di acquisto da parte dei consumatori.

[caption id="attachment_215375" align="alignleft" width="300"]



Antonio Portaccio, Presidente Italgrob[/caption]

"*Per il mercato dell'Horeca sarà un autunno caldo*", ha detto **Antonio Portaccio**, Presidente di Italgrob. "*Proveniamo da un periodo estivo positivo che ora è minacciato dalla spirale inflattiva. Nonostante le conseguenze dell'aumento dei prezzi sul potere d'acquisto delle famiglie, i consumi*

fuoricasa rimangono un must importante. Il 2022, dunque, si chiuderà in crescita ma è fondamentale che la nostra categoria sia in grado di fare squadra e di cooperare insieme all'industria".

Alla preview oltre al presidente di Italgrob e all'Amministratore Delegato di Italian Exhibition Group, **Corrado Peraboni**, hanno partecipato i presidenti delle più importanti associazioni di categoria dei produttori beverage: **Assobirra, Assobibe, Mineracqua, Federvin**i.

"*Il Rapporto Italgrob con il Censis descrive la relazione fra gli italiani e il fuoricasa. Proveniamo da due anni difficili per il Paese, tuttavia il consumo fuoricasa è un settore strutturato che contribuisce al benessere quotidiano dei cittadini. L'aumento dell'inflazione cambia il contesto ma è importante considerare che nelle situazioni di difficoltà, le spese per la serenità e lo svago individuale restano molto apprezzate. La società italiana sta dimostrando capacità di reagire e gli operatori del mercato dovranno adeguare l'offerta alla luce della nuova fase che l'Italia sta attraversando*", ha aggiunto **Francesco Maietta**, Responsabile Censis area Consumer, Mercati Privati e Istituzioni.

Dino Di Marino, Direttore Generale di Italgrob, ha dichiarato: "*Stiamo vivendo un momento epocale, di grande cambiamento e questo deve spingere a creare occasioni di confronto per trovare soluzioni e affrontare le sfide attuali. Quest'anno Italgrob festeggia il trentennale della sua fondazione, dimostrando una rinnovata capacità di attrarre e mettere in connessione le persone che lavorano in questo mondo. È fondamentale mettere al centro la filiera e tutelare chi opera all'interno di un mercato che ha un'enorme valenza sociale*".

Sul palco anche i dirigenti delle società di ricerca partner di Italgrob: Luca Pellegrini, **Tradelab**; Marco Colombo, **IRI**; Antonio Faralla, **Formind**, i quali hanno analizzato le criticità che investono i diversi soggetti che operano nella filiera Horeca, dai consumatori ai produttori, passando per i distributori Horeca e i gestori dei punti di consumo.

Durante il dibattito è stato dato spazio alla presentazione dei nuovi format espositivi e dei servizi esclusivi che la rinnovata edizione di IHM nel più ampio scenario di **Beer&Food Attraction**, propone alle aziende espositrici. La presentazione è stata curata da Flavia Morelli, Group Exhibition Manager della Food&Beverage Division at IEG e Carmen Zeolla, Exhibition Manager at IEG.