

## **A tutto Taste!**

**Crescono i numeri del salone di Pitti Immagine dedicato alle eccellenze del gusto: buyer in aumento del +8%, per un totale di 5.750 presenze da 50 paesi esteri, performance ottime da Stati Uniti (+15%), Francia (+45%), Svizzera (+72%), Giappone (+30%), Spagna (+6%), Russia e Far East; in crescita anche l'Italia (+8%), e complessivamente oltre 16.200 presenze in tre giorni.**

**Taste è sempre più l'evento imperdibile tra i professionisti del gusto e della cultura food internazionale.**

Taste si conclude ancora una volta con un'edizione nel segno del successo, nei numeri del pubblico di operatori del settore arrivati a Firenze ma anche in quelli degli appassionati di cibo di qualità e di cultura enogastronomica, che hanno affollato la Stazione Leopolda nei tre giorni di salone – scoprendo le novità e la ricchezza gastronomica di quasi **400 aziende espositrici** – e hanno partecipato numerosi agli eventi in programma al salone e in città, per il ricco calendario del Fuori di Taste.

**L'affluenza complessiva dei buyer ha raggiunto 5.750 presenze, mettendo a segno un +8%** rispetto a un anno fa (anche allora edizione in crescita), con incrementi sia sul fronte italiano sia per le presenze dall'estero, entrambi a **+8%**; tra i mercati che hanno fatto registrare risultati migliori ci sono gli **Stati Uniti (+15%** nel numero dei negozi e department store presenti a Firenze), **Francia (+45%), Svizzera (+72%), Giappone (+33%** come negozi), **Spagna (+6%)**, molto bene i numeri da **Russia, Australia** e dai **paesi del Far East**, così come per i buyer dal **Nord Europa** e dai **paesi del Golfo**. Crescono anche le presenze dei **compratori italiani**, anche questi a **+8%**.

Complessivamente Taste n.13 ha superato le **16.200 presenze totali**, grazie anche a un pubblico molto qualificato di cultori e appassionati del food, che in tre giorni di manifestazione sono stati all'**incirca 10.500**, in linea con i risultati di un anno fa.

“Una bellissima edizione di Taste – **dice Agostino Poletto, direttore generale di Pitti Immagine** – che si inserisce in una serie di edizioni in crescita, sia nei numeri che nella qualità, e di questo siamo molto soddisfatti. Da una parte per la selezione delle aziende partecipanti, a detta di tutti di altissimo livello, e al tempo stesso per le presenze di operatori del settore intervenuti, alcuni tra i migliori department store e rappresentanti della distribuzione specializzata da tutto il mondo. Taste è sempre più piattaforma di business per i nostri produttori di eccellenze, una direzione su cui stiamo investendo anche con programmi mirati di invito ai buyer e agli operatori internazionali. Ma è anche un contenitore di tendenze e di idee sulla scena culinaria contemporanea: a partire dal successo raccolto dagli eventi dedicati al *Foraging*, tema di questa edizione, alla grande partecipazione di pubblico ai Taste Ring animati dal Gastronomo, assieme agli altri eventi in calendario alla Leopolda, agli apprezzamenti arrivati per la partecipazione speciale di SchoenhuberFranchi / Knindustrie, e per gli oltre 70 eventi che hanno animato la città di Firenze per il FuoriDiTaste. Sempre più creativi, sorprendenti e gustosi”.

Ancora numeri importanti li ha registrati il **Taste Shop** collocato nel Piazzale Gae Aulenti, che in tre giorni ha venduto oltre **17.100 prodotti**.

**Firenze, 13 marzo 2018**