

Pitti Taste è tornato: finalmente!

Il salone di Pitti Immagine che riunisce il meglio delle eccellenze del gusto è tornato a svolgersi a Firenze - per la prima volta alla Fortezza da Basso - con grande successo.

Buyer ed espositori molto soddisfatti della nuova location, selezione e qualità si confermano le parole d'ordine del salone.

Circa 5.000 gli operatori del settore intervenuti, ottime le presenze dai principali mercati esteri, con numeri in crescita da Francia (+46%), Stati Uniti (+53%), Regno Unito (+28), Olanda (+66%), Austria (68%).

In totale quasi 7.000 visitatori nei tre giorni, una grande partecipazione al programma di eventi alla Fortezza e agli appuntamenti FuoriDiTaste in città.

Il ritorno di **TASTE**, la cui quindicesima edizione si è svolta alla **Fortezza da Basso di Firenze (26-28 marzo 2022)**, è stato accolto con grande entusiasmo da parte degli operatori del settore, arrivati a Firenze per scoprire le novità e la ricchezza gastronomica delle **470 aziende protagoniste** – e partecipando numerosissimi agli eventi in programma al salone e in città per il Fuori di Taste.

“La voglia di tornare a incontrarsi a Taste era tanta” – **dice Agostino Poletto, direttore generale di Pitti Immagine**, “l’avevamo percepita forte parlando con le aziende prima del salone, ma i risultati finali e i feedback raccolti in questi giorni vanno anche oltre le aspettative. La prima grande novità - la nuova sede della Fortezza da Basso - è stata decisamente funzionale sia dal punto di vista della sicurezza sia nel dare maggior respiro alla manifestazione, con un allestimento e un percorso espositivo che hanno reso più godibile il rapporto tra espositori e compratori: una scelta messa in valore in tutti i commenti che abbiamo raccolto. Come sempre la selezione di aziende e lo scouting fatto - anche con i nuovi ingressi e le novità che queste aziende hanno portato al salone - sono stati il punto di forza di Taste, giudicati di altissimo livello. Una qualità e una selezione in grado di attrarre un numero in crescita di operatori *professionals* e buyer internazionali: presenze sempre più qualificate tra negozi specializzati, aziende della distribuzione, department store, importatori di eccellenze italiane, insomma molte delle migliori realtà internazionali del mondo del cibo di qualità, arrivate in Fortezza per incontrare di nuovo i loro clienti e stringere nuove relazioni.”

“Ma Taste è anche sempre più un incubatore di tendenze, idee e temi della scena del cibo contemporaneo”, conclude Poletto. “A partire dal tema di questa edizione *Zero Spreco: non sprechiamo il cibo, non sprechiamo l’ambiente*, affrontato in una serie di talk e presentazioni, i *Ring* di Davide Paolini su tendenze e temi caldi del mondo food, che assieme a tutti gli altri eventi in calendario hanno avuto protagonisti e contributi di altissimo profilo, e sono stati molto seguiti dal pubblico.”

In totale sono stati **circa 5.000 i buyer registrati**, con incrementi importanti – rispetto alle presenze dell’ultima edizione del 2019 – **soprattutto dal fronte estero**, rappresentato da **quasi 500 compratori e 50 paesi di provenienza**, e con una **conferma delle presenze italiane – 4.500 compratori circa – arrivati da tutte le regioni.**

Pitti Immagine srl
Via Faenza, 111 - 50123 Firenze
T +39 055 369 31
F +39 055 369 32 00
www.pittimmagine.com



Tra i mercati di riferimento le performance migliori quelle di **Francia (+46%), Stati Uniti (+53%), Regno Unito (+28), Olanda (+66%) e Austria (68%)**.

Molto bene anche **Canada, Polonia**, i paesi dell'area **Scandinava**, da registrare anche la partecipazione di qualche delegazione dai paesi del **Far East**.

Nella classifica dei primi **10 mercati** di provenienza dei buyer è appunto in testa la **Francia, seguita da Stati Uniti, Germania, Regno Unito, Olanda, Svizzera, Austria, Spagna, Belgio, Norvegia**.

Complessivamente Taste ha raggiunto **7.000 presenze totali**, grazie anche a un **pubblico qualificato di cultori e appassionati del cibo di qualità**.

Questa edizione del salone – la riapertura e il rilancio - ha segnato per Taste anche l'avvio di due importanti collaborazioni. Con **UniCredit**, già Main Partner delle fiere Pitti, per portare l'esperienza del gruppo bancario al servizio delle filiere gastronomiche nazionali. Con **Vetrina Toscana**, progetto di **Toscana Promozione**, formato *benchmarking* per integrare il mondo della produzione, della vendita e della ristorazione in una strategia di promozione turistica sostenibile dei nostri territori.

Per concludere, numeri importanti li ha registrati il **Taste Shop** alla fine del percorso attraverso le novità delle aziende, che in tre giorni ha venduto quasi **13.000 prodotti**.

Risultati significativi anche per l'iniziativa **Taste per l'Ucraina, che ha visto Pitti Immagine e Croce Rossa Italiana insieme a supporto dei rifugiati**. Nei tre giorni del salone, grazie al contributo di espositori e visitatori al Taste Shop sono stati raccolti prodotti che saranno messi a disposizione dei rifugiati in arrivo a Firenze, ed è tutt'ora possibile dare il proprio contributo con una donazione tramite bonifico direttamente a Croce Rossa Italiana (IBAN: IT38K0306909606100000079238 - causale "Donazione pro Ucraina - TASTE e CRI FIRENZE").

Firenze, 29 marzo 2022

Abbiamo raccolto una serie di commenti tra espositori e buyer.

Tra i buyer:

Beatrice Ughi, founder di GUSTIAMO (New York):

Partecipo a Taste dalla sua prima edizione. La fiera è un appuntamento importante perché rispecchia una selezione rigida e severa proprio come lo è la nostra a New York. In questa edizione ho riscontrato un miglioramento sostanziale in termini di spazio, in quanto la nuova location è molto più grande, e di conseguenza di tranquillità durante gli incontri e le degustazioni. Tutto è leggermente più disteso e professionale. E' davvero un successo aumentare così tanto una fiera mantenendo questo livello di qualità.

Frank Wilk, Founder di WILK GOURMET GROUP (Germania):

Partecipo a Taste da tredici anni. La Stazione Leopolda aveva indubbiamente il suo fascino ma preferisco la nuova location della Fortezza Da Basso: più grande, più professionale e davvero ben organizzata. Taste è la fiera migliore in Europa del settore, da nessun'altra parte si trova un livello così alto di qualità. E' sempre un piacere tornarci, sia per incontrare le aziende con cui già lavoriamo sia per cercare nuove collaborazioni. Mi piace non pianificare molto, arrivare libero con gli occhi aperti e lasciarmi conquistare dalla passione che vedo ogni volta in questi produttori. Si respira un grande amore per il lavoro che fanno. Organizzazione eccellente come sempre e molto interessante il calendario degli eventi FuoriDiTaste: credo che far partecipare la città sia un aspetto davvero importante.

Pitti Immagine srl
Via Faenza, 111 - 50123 Firenze
T +39 055 369 31
F +39 055 369 32 00
www.pittimmagine.com



Riccardo Uleri, presidente e amministratore delegato LONGINO & CARDENAL (Italia):

Non ero mai stato a Taste e credo che tornerò a ogni edizione. Mi è piaciuta moltissimo la location della Fortezza, spaziosa e davvero ben organizzata, oltre ad essere nel cuore della città quindi logisticamente comoda. Gli espositori sono tutti di altissima qualità, la fiera ospita i migliori artigiani d'Italia e ne sono rimasto piacevolmente colpito. Ho partecipato a un Ring insieme a Davide Paolini e mi ha fatto piacere notare che l'evento sia stato seguito con interesse da moltissime persone, segnale che il pubblico della fiera è davvero focalizzato e del settore. Non posso che essere soddisfatto.

Leonardo Parpinel, general manager trading di WISK (Dubai):

Taste è una fiera molto vivibile, con un ottimo filtro per la qualità dei suoi espositori e la giusta quantità di visitatori. La location è grande, comoda in quanto è nel cuore della città (a differenza di tante altre fiere del settore) ed è davvero ben organizzata. La conoscevo di nome ma non avevo ancora avuto l'occasione di partecipare e sono contento di averlo fatto. Mi aspettavo prodotti di nicchia, ma non mi aspettavo di trovare solo prodotti di nicchia. Tornerò sicuramente alla prossima edizione.

Emilio Agiato, managing director di SUM (Francia):

Lavoro nel mondo del food da vent'anni e Taste è uno degli eventi più belli a cui abbia mai partecipato. E' unico nel suo genere perché è unica la sua selezione, davvero altissima e in target con i nostri standard. Si percepisce il grande lavoro che viene fatto prima della fiera, la sua precisione e l'attenzione nella selezione. Ho apprezzato molto la nuova location della Fortezza Da Basso perché è centralissima, logisticamente comoda e offre più spazio. L'atmosfera era davvero positiva, si sentiva che le persone avevano il piacere di incontrarsi dopo questi due anni difficili. Per me è stato importante partecipare sia per rivedere i nostri fornitori che per scoprire nuove realtà interessanti. Il primo incontro con una nuova azienda è sempre molto importante: permette di capire come lavora, qual è la sua filosofia, oltre ovviamente a degustare il prodotto, e poterne vedere così tante di qualità in soli due o tre giorni è stata davvero una grande opportunità. Organizzazione perfetta come sempre.

Ramon Addazi e Martina Stoppo, fondatori di MAGARAS (Singapore)

La nostra prima volta a Taste. Una location davvero degna di nota, siamo rimasti colpiti dal livello degli espositori che rappresentano solo aziende di nicchia del mondo gastronomico. Per noi che ci occupiamo di esportazione di prodotti di lusso diventerà la fiera di riferimento! E' stato un appuntamento culturale importante perché ci ha dato la percezione di quello che esiste davvero in Italia, dando voce a realtà magari piccole, ancora sconosciute, ma di altissima qualità. Le aziende sono messe tutto allo stesso livello, è il prodotto che parla. Inoltre credo che sia fondamentale supportare queste iniziative: facciamo tutti parte di un sistema ed è importante che ognuno faccia la sua parte.

Giulia Scargetta, founder di TASTY RIBBON (New York):

Prima volta a Taste. Il nostro concept presenta prodotti artigianali e di qualità e Taste è stata una vetrina importantissima di produttori e realtà locali che altrimenti sarebbero stati difficili da reperire. Il livello di qualità delle aziende è altissimo e ho apprezzato molto che tutti gli stand avessero la stessa grandezza: la fiera dà a tutti le stesse possibilità ed è veramente il prodotto a parlare. E' stata anche un'occasione importante di confronto: è dallo scambio con le persone che nascono nuove idee e nuovi progetti. Sono davvero soddisfatta.

Anne Parkkinen, founder di OLIVO COMPANY (Finlandia):

E' la prima volta che partecipo a Taste. La location è perfetta per questo tipo di manifestazione: è molto grande e permette di rispettare le distanze durante le degustazioni e i meeting. Mi ha fatto sentire in sicurezza. Ho scelto di partecipare a Taste per due motivi: molti dei partner con cui collaboro espongono in fiera e dopo un lungo periodo forzato di videocall e incontri virtuali è bello potersi rivedere in persona. Inoltre sto cercando nuovi partner e sicuramente la fiera rappresenta una grande opportunità di incontro. Taste ha davvero un ottimo match di aziende per la nostra realtà, che cerca prodotti in grado di coniugare la bontà con una buona



presentazione e l'impegno per la sostenibilità. La pandemia ci ha reso consumatori più consapevoli e attenti all'ambiente.

Francesco Emanuele, responsabile vendite MAMMAFIORE (Spagna):

Partecipo a Taste dal 2012, ancora prima di iniziare a lavorare per Mammafio. Per me Taste è come una festa a cui hai voglia di venire, è una fiera fatta su misura che racchiude solo il meglio della gastronomia italiana ed è diversa da tutte le altre del settore, a mio parere più dispersive. La nuova location della Fortezza Da Basso offre ancora più spazio e la fiera nonostante il suo sviluppo non perde il fascino della nicchia che aveva in Leopolda. Taste rappresenta il top ed è una grandissima opportunità per scoprire nuove realtà e come lavorano. Il nostro è un lavoro culturale: dobbiamo informare ed educare il cliente alla qualità e qui ho trovato solo aziende in linea con questa filosofia.

E tra gli espositori:

Jurij Marchetti – TARTUFI STEFANIA CALUGI:

Un'edizione molto positiva, nonostante ancora non ci sia la piena disponibilità a viaggiare da parte delle persone. La nuova location della Fortezza da Basso è molto bella, ha un assetto bello e funzionale, e abbiamo riscontrato una buona affluenza di pubblico.

Angela Fiorini – CASEIFICIO IL FIORINO:

Il primo impatto con la nuova location non è stato facile, lo ammetto, dopo tanti anni alla Stazione Leopolda non era facile cambiare. Però lo spazio più grande ci ha consentito di muoverci in sicurezza e ho notato che in questa edizione ci sono stati più clienti business che privati e tutti davvero professionali e interessati. Una grande affluenza sia italiana che internazionale. I prodotti più richiesti sono quelli di alta gamma: i clienti sono sempre più consapevoli e attenti a quello che comprano.

Loreno Michelin – 32 VIA DEI BIRRAI:

Sono molto contento. Mi piace che la moda contaminò il mondo del food. Riguardo alla nuova location, più grande della precedente, dico che sono assolutamente d'accordo. Taste mi ha dato la possibilità di crescere, ci sono tanti produttori di qualità ed è giusto che questa possibilità venga data anche a loro. Se le aziende non si adagiano ma continuano a lavorare sul dettaglio e sull'innovazione i clienti ci saranno sempre, c'è spazio per tutti.

Alberto Agosta – FEUDO MONDELLO:

La nostra prima volta a Taste, e sono davvero molto soddisfatto! Lo standard qualitativo della manifestazione è altissimo. Apprezzo l'organizzazione della fiera che concentra le visite dei buyer la mattina e apre al pubblico nel pomeriggio. Mi piace molto anche l'idea del piccolo store dove si possono acquistare i prodotti delle aziende. Tornerò sicuramente.

Luciana Apicella – PAGLIONE AZIENDA AGRICOLA:

Abbiamo registrato una grande partecipazione sia italiana che estera, soprattutto europea, e una forte attenzione alla qualità. I consumatori stanno diventando sempre più consapevoli e attenti a quello che acquistano. Inoltre la nuova location è fantastica: ammetto che ero molto affezionata alla Leopolda ma Pitti è riuscito a portare l'atmosfera di Taste anche qui!

Luca Fereoli – FEREOLI

L'edizione è andata bene, anche la nuova location, che è più vivibile e permette di lavorare meglio. Lo standard dei visitatori è come al solito molto alto. Tutti avevano voglia di tornare a Taste, i visitatori hanno un approccio concreto ed è stata un'edizione positiva. Taste è l'unica manifestazione che facciamo, abbiamo smesso da qualche anno di fare grandi fiere. Ci siamo concentrati su questa manifestazione perché abbiamo un prodotto che va in tutti i canali, dalla grande distribuzione alla piccola trattoria ai negozi di specialità in tutta Italia e all'estero, e qui riusciamo ad avere un contatto con una tipologia di clienti che solitamente non riusciamo a

Pitti Immagine srl
Via Faenza, 111 - 50123 Firenze
T +39 055 369 31
F +39 055 369 32 00
www.pittimmagine.com



contattare: dettaglio specializzato, rivenditori in zone dove non riusciamo a livello commerciale a essere presenti. Taste è un'occasione per guadagnare visibilità, ed è una fiera prestigiosa che ci dà lustro.

Elisabetta Pandolfini – ANTONIO MATTEI BISCOTTIFICIO

Siamo molto contenti della nuova location, in cui si lavora molto meglio, è stata proprio un'esperienza positiva. Ho trovato la fiera molto professionale, più internazionale e si è lavorato molto meglio. Abbiamo avuto visitatori quasi esclusivamente di settore e anche esteri: Messico, Australia, Canada, Stati Uniti, Dubai, Marocco, Germania, Francia, Spagna, c'è stato molto movimento. La partecipazione a Taste per noi è indiscussa, siamo presenti dalla prima edizione, abbiamo creduto nella crescita e nell'evoluzione di Taste da subito. Pitti Immagine per noi era una garanzia. Sono riusciti a rinfrescare la proposta e far sì che l'esperienza si sia rinnovata in maniera ancora più forte.

Marco Percivale – TORREFAZIONE RONCHESE

La partecipazione è andata molto bene. Abbiamo visto tutti i nostri clienti italiani, da nord a sud. Forse qualche estero in meno, ma nel contesto attuale nessuno si muove facilmente. La fiera è organizzata veramente bene. I visitatori che abbiamo incontrato erano qui per fare affari, quindi molto motivati e questa è una cosa molto positiva. Di Taste ne avevamo sempre sentito parlare benissimo e l'abbiamo vista veramente come un'opportunità, considerando la selezione delle aziende – siamo lusingati di essere qua.

Serena Mela – FRANTOIO SANT'AGATA D'ONEGLIA

Abbiamo avuto tanta affluenza e l'ambiente è sempre bello, elegante. Gli spazi sono migliori, si riesce a ricevere il cliente. La qualità dei visitatori è addirittura più alta degli altri anni. Abbiamo avuto tanti italiani ma anche stranieri: dall'Europa, gli Stati Uniti, il Sudamerica, un po' ovunque, insomma. Per noi che abbiamo già una rete vendita sviluppata in Italia, Taste è un momento d'incontro con i clienti: offre la possibilità di presentare prodotti nuovi, acquisire nuovi contatti, quindi è importante. Partecipiamo anche a fiere più grandi ma Taste è sempre stata la manifestazione di nicchia a cui partecipare, anche perché si svolge in una zona d'Italia che è facilmente raggiungibile da ogni direzione.

Marco Colzani – MARCO COLZANI

Noi siamo super positivi, siamo arrivati forse con aspettative più contenute e invece siamo rimasti piacevolmente sorpresi. Tutti i nostri clienti si sono presentati, abbiamo acquisito anche nuovi contatti nel Nord Europa che non avevamo. Siamo super contenti, anche molto di più quanto ci aspettassimo. Per via della pandemia non pensavamo di avere la possibilità di far degustare i prodotti e instaurare un rapporto di un certo tipo con i clienti; e invece la formula che abbiamo scelto con cui è stato possibile fare assaggiare si è rivelata vincente. Taste per noi è anche un riferimento a livello di pubbliche relazioni. È una fiera strategica, anche come posizione, nell'Italia centrale, che permette di fare da ponte con clienti in Campania, Sicilia, Roma, ma perché no anche Trieste – abbiamo appena finito una degustazione con un cliente di lì.

Laura Carboni – INFINITO DESIGN

La nuova location mi piace tantissimo perché è molto più luminosa e ariosa, rispetto alla Leopolda. Tra i visitatori c'è comprensibilmente titubanza rispetto al futuro, perché il momento storico è un po' così, ma c'è tanta voglia di fare, di iniziare anche cose nuove, in maniera diversa. Per questo, il segnale che Pitti ha dato, mettendosi alle spalle il passato, aprendo un nuovo capitolo, un nuovo modo di fare, una nuova situazione, è in linea con quello che sta succedendo a livello mondiale. Tanta adrenalina e tanta voglia di fare. Taste ha un ruolo molto importante nella nostra strategia. Soprattutto a questa edizione, esserci voleva dire voler dare un segnale, partecipare a una ripartenza anche collettiva. E i visitatori lo percepiscono.

Pitti Immagine srl
Via Faenza, 111 - 50123 Firenze
T +39 055 369 31
F +39 055 369 32 00
www.pittimmagine.com



Official Hashtag: #Taste15 #PittiTaste #fuoriditaste
#TasteRing #TasteShop #TasteTool #TasteTour
@pittitaste

Main Partner:



Pitti Immagine srl
Via Faenza, 111 - 50123 Firenze
T +39 055 369 31
F +39 055 369 32 00
www.pittimmagine.com