

Taste 2023 è stato spumeggiante!

Il salone di Pitti Immagine che presenta alla Fortezza da Basso il meglio delle eccellenze del gusto e della cultura food contemporanea, si è concluso con un altro grande successo.

Buyer ed espositori molto soddisfatti dai risultati di questa edizione: premiati selezione e qualità dei prodotti e delle novità presentate, e un livello altissimo di compratori, tutti molto motivati.

Superati i 7.000 operatori del settore intervenuti, da oltre 50 paesi, +40% rispetto a un anno fa, ottime e in crescita le presenze dai principali mercati esteri, con in testa Francia, Stati Uniti, Svizzera e Regno Unito.

In totale oltre 10.000 visitatori nei tre giorni, una grande partecipazione ai Talk, ai Ring e agli eventi in Fortezza, e a tutti gli appuntamenti firmati FuoriDiTaste in città.

La sedicesima edizione di TASTE, che si è conclusa ieri alla **Fortezza da Basso di Firenze (4-6 febbraio 2023)**, è stata accolta con un grande e diffuso entusiasmo da parte degli operatori del settore arrivati a Firenze, per scoprire le novità e la ricchezza gastronomica delle **538 aziende protagoniste** – partecipando **numerosissimi agli eventi nel calendario del salone e in città per il Fuori di Taste.**

“Tre giorni di grande energia in Fortezza e in città – **dice Agostino Poletto, direttore generale di Pitti Immagine**, “con tanta voglia di scoprire le novità portate dai nostri espositori, e i tanti nuovi prodotti proposti a questa edizione, assieme alla storia e alla tipicità delle aziende che li producono, che raccontano di un patrimonio gastronomico – quello italiano – che sembra inesauribile. Ancora una volta la selezione di aziende e lo scouting fatto – quasi 100 i nuovi ingressi al salone - sono stati il punto di forza di Taste, giudicati di altissimo livello. Una qualità e una selezione che hanno fatto crescere i numeri e il livello degli operatori e buyer internazionali: presenze sempre più qualificate tra negozi specializzati, aziende della distribuzione, department store, importatori di eccellenze italiane, molte delle migliori realtà internazionali del mondo del cibo di qualità, arrivati a Firenze anche da nuovi mercati lontani, per incontrare i loro clienti e stringere nuove relazioni. E nei giudizi di tutti, il format espositivo e le caratteristiche della Fortezza da Basso, si riconfermano come aspetti unici del salone.”
“Concludo con un apprezzamento per gli eventi di questa edizione – il focus tematico sulla **pasta**, i temi caldi e originali dei **Taste Talk**, e dei **Ring curati da Davide Paolini**, andati in scena nella **UniCredit Taste Arena**, i tanti e curatissimi eventi in città per il **FuoriDiTaste**, che hanno reso protagoniste le nostre aziende in luoghi speciali della città – tutti elementi che fanno di **Taste un vero propagatore di tendenze sul cibo contemporaneo**”.

In totale sono stati 7.050 gli operatori del settore registrati (di questi circa 6.000 sono stati i buyer) – in crescita del 40% rispetto alle presenze del marzo del 2022: i numeri dall'estero hanno raggiunto quasi 600 compratori da 50 paesi di provenienza



(+20%); in crescita importante anche l'Italia, che ha totalizzato **oltre 6.400 operatori (+43%), arrivati da tutte le regioni.**

Nella **classifica dei mercati di riferimento** in testa la **Francia**, seguita da **Germania, Stati Uniti, Svizzera, Regno Unito, Austria, Spagna, Olanda, Belgio, Lituania.**

Bene i numeri delle presenze dall'area **Scandinava**, sono arrivati compratori e importatori di alto profilo anche da **Giappone, Corea del Sud, Cina – Continentale e Cina – Hong Kong**, così come da altri e nuovi mercati lontani come **Australia, Sud Africa** e da paesi dell'**Asia Centrale** come **Kirghizistan e Kazakistan.**

Complessivamente, considerando anche il **pubblico di gourmet** entrati in Fortezza nei tre giorni, **Taste ha superato quota 10.000 visitatori.**

Per concludere, numeri importanti li ha registrati anche il **Taste Shop**, il negozio in cui alla fine del percorso espositivo il pubblico ha potuto acquistare una selezione di prodotti delle aziende di Taste, che in totale ha venduto **13.000 prodotti.**

Tra le tante partecipazioni speciali di questa edizione, da segnalare quella di **Coldiretti** - la più grande associazione di categoria che riunisce i coltivatori italiani - che si è presentata con una speciale area lounge in cui si sono svolte masterclass dedicate all'olio, e che ha proposto alla UniCredit Taste Arena due seguitissimi incontri – uno dedicato all'”Italian Sounding: un danno economico e qualitativo al Made In Italy” e l'altro sul tema “L'origine della materia prima in etichetta: un must da difendere – curati da Davide Paolini

Firenze, 7 febbraio 2023

Abbiamo raccolto una serie di commenti tra espositori e buyer.

Tra i buyer:

Mathieu Joselzon, fondatore di CIAO GUSTO (Parigi - Francia):

Taste è la fiera più importante del mondo, quella a cui non posso mancare e ha un impatto diretto sul nostro fatturato: molti dei produttori con cui lavoriamo li ho conosciuti proprio qui, e ancora oggi portiamo avanti la nostra collaborazione con successo. Mi piace moltissimo la location nel cuore di Firenze, gli eventi organizzati durante Fuori di Taste – non me ne aspettavo così tanti! - che mi hanno permesso di scoprire luoghi storici meravigliosi. La fiera è davvero ben organizzata, non fa mancare niente ai suoi visitatori, e ho apprezzato molto sia i servizi della manifestazione nei confronti di noi buyer sia il fatto di poter avere tutte le informazioni relative alle aziende prima di arrivare: la comunicazione del salone è stata eccellente! L'allestimento di ogni stand è curato e si capisce subito la qualità del prodotto.

Michaela von Lutz, Food Buyer di DALLMAYR (Monaco – Germania):

Partecipo a Taste fin dalla prima edizione, per me è la fiera più importante dell'anno e questa volta ho portato con me due colleghi per essere sicura di non perdermi niente. Il salone è importante perché ci permette di confrontarci di persona con i produttori con cui lavoriamo e si trova sempre qualcosa di nuovo. Ottima la selezione delle aziende: io mi occupo in particolare della selezione di formaggi e oltre a questi ho trovato diverse nuove realtà interessanti di pasticceria, pasta secca, salumi e mostarde. Dal punto di vista del design Taste è una fiera unica: mi piace che tutte le aziende abbiano lo stesso spazio e che a parlare sia il loro prodotto.

Maijastiina Ovaska di CULINARIA KEITTIÖELÄMÄÄ (Tampere - Finlandia):

Prima volta a Taste. Una bella esperienza: la location è molto curata, gli stand sono chiari e la selezione di alto livello. Sono arrivata con la mente aperta per farmi sorprendere, non avevo una lista di quello che cercavo, volevo qualcosa di nuovo e sono stata soddisfatta. La fiera fisica è un appuntamento importante, si può acquistare anche online ma non è la stessa cosa soprattutto nel mondo del food. I miei clienti amano i prodotti italiani e vogliono un packaging

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



tradizionale, aspetto che a volte sembra soffrire a favore di uno stile più minimal.
Organizzazione davvero efficiente.

Giovanni Giarolo, responsabile vendite di CBG (Barcellona – Spagna):

Taste è sicuramente la fiera meglio organizzata a cui ho mai partecipato. Il contesto della città di Firenze è bellissimo, si arriva alla manifestazione a piedi, il salone è semplice da visitare. La ristorazione italiana in Spagna in generale è medio/bassa, finora abbiamo lavorato spesso con prodotti industriali ma adesso stiamo lavorando su un nuovo catalogo dedicato a cibi più ricercati e gourmet, e Taste mi è sembrata l'occasione perfetta perché presenta aziende con questo target. Ho trovato questa edizione più grande e con una affluenza Maggiore: tutte le categorie alimentari sono ben rappresentate e ho trovato diversi fornitori interessanti.

Maria Trapani, fresh food buyer di SELFRIDGES (Londra – Regno Unito):

Taste è una delle migliori fiere alimentari a cui abbia mai partecipato: grazie a un'enorme selezione di aziende e prodotti in cui immergersi, l'evento permette di vedere, annusare e assaggiare prodotti autentici e di buona qualità provenienti da tutta Italia. E' stato importante partecipare sia per scoprire marchi nuovi sia per vedere quelli già esistenti sul mercato. In particolare, per quanto mi riguarda, mi piace trovare aziende che devono ancora essere lanciate nel Regno Unito: la fiera mi permette di reperire, ed eventualmente portare sui nostri scaffali, prodotti di grande qualità e dal packaging innovativo, in modo che i nostri clienti sperimentino costantemente nuove tendenze alimentari e articoli mai visti prima. Le direzioni in cui si muove il cibo sono molteplici, e il momento è particolarmente eccitante. Nel Regno Unito stiamo assistendo a un'enorme tendenza verso la salute e il benessere, ed è stato fantastico vedere l'emergere di marchi autentici che si concentrano sulla sostenibilità e sulla tradizione. Con un numero così ampio di aziende è stato davvero interessante valutare le tendenze e i prodotti che vengono creati in Italia: c'era una grande attenzione per la tradizione e la qualità, che è qualcosa che porterò con me quando recensirò i marchi.

Irena Korsake, purchasing and margin management coordinator di FALLON & BYRNE (Dublino – Irlanda)

Davvero una bellissima atmosfera, una delle fiere più belle dove sono mai stata! La cosa che mi piace di più è la sua concentrazione di *premium brand* in una location della giusta dimensione: la qualità è altissima e non si perde tempo ad andare da una parte all'altra perché le aziende sono raccolte in uno spazio intimo e curato. E' facile da visitare, molto focused, anche grazie alla sua ottima comunicazione: sul sito web si trovano tutte le informazioni e le foto delle aziende e questo permette di documentarsi prima dell'arrivo in fiera. In questa edizione cercavo soprattutto prosciuttifici, pastifici, aziende di olio e di pesto e ho trovato molte più aziende di quelle che cercavo. Organizzazione perfetta.

Kelsey Lee, purchasing manager food di SAVORY GOURMET (California – USA):

E' stata la mia prima volta a Taste. Ho deciso di venire perché vogliamo aumentare la sezione dedicata ai prodotti italiani nei nostri store, come abbiamo fatto con quelli francesi e Taste mi è sembrata un'ottima opportunità per scoprire nuove aziende. La qualità dei prodotti è davvero molto alta, ogni azienda ha una sua storia. Tutte le categorie merceologiche sono ben rappresentate e ho trovato diverse proposte interessanti.

Pietro Canali, proprietario di CUCINA FINE FOOD (Montreal – Canada):

E' andata splendidamente! La location della Fortezza da Basso mi piace molto perché è più ariosa, tutti i miei produttori sono qui e la fiera rappresenta un'ottima occasione per incontrarli e aggiornarsi sulla direzione del mercato. Taste è una fiera che rappresenta pienamente il mio target. Tutte le categorie merceologiche sono ben coperte e l'organizzazione della fiera è perfetta: nessuna fila, tutto è stato fluido ed efficiente. Ho anche partecipato a diversi eventi di Fuori di Taste, e li ho trovati meravigliosi.

Giorgio Pompili di EUROPA IMPORTADORA (Rio de Janeiro – Brasile):

E' la prima volta che partecipo a Taste, perché in passato si sovrapponeva con altre manifestazioni e non ero mai riuscito a venire. Che dire: la fiera è stupenda! Location fantastica,

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



organizzazione impeccabile, orari accessibili e tanto altro. L'eccellenza italiana in una fiera. Stavo cercando delle alternative a fornitori italiani e stranieri con cui collaboro e ho trovato diverse aziende interessanti. Belli gli eventi di Fuori di Taste, penso proprio che ci vedremo anche il prossimo anno!

Yong Tae Kim di PLENUM (Seoul – Corea del Sud):

Credo che l'atmosfera unica della location, di questa architettura storica, spieghi bene che Taste è un evento speciale. E' stato molto importante partecipare perché ho potuto vedere le aziende e i prodotti iconici che mostrano la cultura alimentare italiana di alto livello. Il mondo del cibo si muove verso la selezione, credo che sopravviveranno solo i prodotti con prezzi ragionevoli, una buona qualità in grado di soddisfare le aspettative dei clienti e un design attraente delle confezioni. Tra gli aspetti più interessanti della fiera, la sua grande cura: Taste è stata una grande opportunità per vedere la passione per i prodotti, i marchi e la cultura alimentare italiana.

Gianni Caprioli, fondatore di GIANDO GROUP (Cina - Hong Kong):

Venire a Taste per chi ama il cibo è un po' come per un ragazzo andare al luna park! Nella nostra realtà abbiamo due slogan: *Origin matters* e *Good food come from beautiful places* e direi che la fiera li rispecchia entrambi. Ci sono tante aziende a conduzione familiare, che tramandano qualità e conoscenza di generazione in generazione, e cibo e bellezza in questa fiera sono legati grazie alla bellezza della città di Firenze e alla cura messa da parte delle aziende e della manifestazione stessa. Venire a Taste è come fare un corso di aggiornamento accelerato sulle novità del settore, e anche se si cerca una categoria in particolare girando per i suoi spazi si trova di tutto. Bellissimi gli eventi di Fuori di Taste, ottima organizzazione.

Maurizio De Luca, brand manager ITAL BRAND COMPANY (Kyrgyzstan):

La mia prima volta a Taste. Ho deciso di partecipare perché nel 2016 ho iniziato la mia attività di importazione di prodotti italiani in Kyrgyzstan, dopo la pandemia ho aperto un wine bar di vini italiani e volevo cominciare anche una parte gastronomica. La fiera è stata un'opportunità perfetta: ho trovato diverse aziende interessanti e l'aspetto che mi ha colpito di più è stata la grande disponibilità e preparazione delle persone, oltre alle storie delle aziende, spesso a conduzione familiare da generazioni. L'evento a Palazzo Vecchio di Fuori di Taste è stato davvero una bella emozione. Nel complesso ospitalità eccellente.

Gianmarco Balestrini, proprietario di LARIO INTERNATIONAL (Sydney – Australia):

Io vendo una storia italiana. La cultura e l'esperienza alimentare italiane ad una clientela che è innamorata del nostro paese ma che spesso non ha le informazioni necessarie per conoscerla e apprezzarla appieno. Per me è fondamentale tornare spesso in Italia, mi permette di capire cosa funziona, quali sono i trend, è stancante ma fondamentale per conoscere le novità e il mercato. Taste sta diventando la manifestazione più importante per il prodotto di nicchia, che è quello di cui ci occupiamo noi. Partecipare significa fare network con i fornitori e i produttori, capire come si sta evolvendo il mercato, assaggiare, criticare o lodare i nuovi prodotti. Cerco qualcosa con un packaging accattivante, una storia verificabile e ovviamente un'ottima qualità. Mi piace molto la nuova location della Fortezza da Basso, più grande e vivibile. Ottima organizzazione.

E tra gli espositori:

Davide Petrini, titolare di LAVORATTI 1938:

Un commento su questa edizione? E' stata un successo! Taste è una vetrina creata per un pubblico di alto livello che riesce a capire le peculiarità delle aziende. Dalla cornice di Firenze, città d'arte tra le più belle del mondo, alla cornice che è riuscita a creare Pitti Immagine con questa fiera che si rivela alla sua altezza e premia l'impegno delle aziende del mondo del food che ogni giorno si confrontano con le difficoltà del territorio.

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



Alido Venturi, titolare di AZIENDA AGRICOLA RAMO DI MANDORLO:

E' la prima volta che partecipiamo e siamo assolutamente soddisfatti, sia a livello di affluenza di visitatori sia per l'alta qualità. La nostra è una realtà nuova, siamo un esempio di lavoro di recupero della nostra città, L'Aquila, dove abbiamo rilevato una tenuta agricola e abbiamo ripreso la coltivazione di quelle che erano le sue eccellenze: ceci, lenticchie e zafferano. Aver potuto partecipare alla manifestazione è stata una medaglia per noi, una certificazione di eccellenza che abbiamo raggiunto dopo un anno di duro lavoro. Sono molto soddisfatto.

Matteo Frescobaldi, brand manager di LAUDEMIO FRESCOBALDI:

Questa edizione è andata molto bene, mi piace il format della fiera che riesce a far percepire la qualità e il lavoro delle aziende, si vede che la filosofia di Pitti Immagine è fare cose di qualità. Abbiamo registrato un'ottima affluenza sia da parte di ristoranti e botteghe italiane che da parte di grandi catene internazionali e di questo siamo davvero soddisfatti. Un ottimo pubblico.

Giorgio Gonnelli, titolare di FRANTOIO SANTA TEA

Tutto molto bene. Abbiamo avuto ottimi riscontri da parte di tutti i buyer che avevamo invitato. Buoni anche i contatti che avevamo creato su Connect. Taste è sicuramente la migliore fiera food di alta qualità in Italia, e ha tutte le carte in regola per crescere.

Angela Fiorini, titolare IL FIORINO

Taste è una manifestazione bellissima: impossibile non esserci. Abbiamo lavorato moltissimo fin dal primo giorno con clienti italiani ed esteri, in un clima sereno e positivo, decisamente diverso da quello dello scorso anno. È stato bello tornare a far assaggiare i nostri prodotti in totale libertà. E poi ci sentiamo un po' a casa nostra visto che siamo toscani, anzi, maremmani. Ottima la scelta di creare una Special Area da destinare agli spirits. L'eccellenza ci piace.

Francesco Masciullo, head of area coffee di DITTA ARTIGIANALE

Sono entusiasta. Mai visto così tanto interesse nei confronti dei nostri prodotti. Ieri ho parlato ininterrottamente dalla mattina alla sera e i feedback sono stati tutti positivi. Ho incontrato i proprietari di caffetterie, drogherie, ristoranti. In prevalenza italiani, che a noi interessano perché il nostro progetto sul caffè è nato proprio per "educare" il consumatore italiano. La Fortezza è una location fantastica.

Enrico Maestrini, amministratore di GREEN HEART DISTILLERY

Questa è la prima volta che partecipiamo alla Special Area. Siamo contenti dell'affluenza, abbiamo incontrato persone interessate alla narrazione del nostro prodotto. Taste è decisamente una fiera ben organizzata, elegante e basata su una selezione accurata degli espositori. La nascita di un'area destinata agli Spirits è un'ottima intuizione. Abbiamo usato moltissimo Pitti Connect: è uno strumento valido, che funziona bene. Unire la tecnologia all'esperienza in fiera è molto utile.

Loreno Michielin di 32 VIA DEI BIRRAI

La qualità dei visitatori a questa edizione è stata eccellente e l'organizzazione è sempre curata nei minimi dettagli. Sono molto soddisfatto e contento. Ho avuto contatti con francesi, spagnoli ed americani, oltre a molti operatori italiani sia da zone in cui siamo già presenti sia da zone in cui non lo siamo. Taste è la fiera che considero più importante di tutte. È il riferimento per quello che faccio e per il tipo di consumatore che cerco.

Andrea Magi di DE' MAGI ALCHEMIA DI FORMAGGI

Un'edizione all'altezza delle precedenti pre Covid. Devo ammettere che avere più spazio rispetto al passato, grazie allo spostamento in Fortezza, ci ha permesso di intrattenere i clienti in modo più efficace e di avere un po' più di respiro. L'anno scorso, quando non abbiamo partecipato, tante persone ci hanno chiamato e si sono stupite. Da toscani, Taste è una fiera che ci appartiene e non possiamo mancare. Per quanto riguarda l'affluenza, la fiera è diventata più vivibile. Taste svolge un ruolo importante nel consolidare il rapporto con la clientela, nella presentazione di nuovi prodotti e anche nella possibilità di entrare in contatto con eventuali

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



nuovi clienti.

Tommaso Becagli di SEVERINO BECAGLI SPIRULINA

Siamo molto soddisfatti di questa edizione, ci ha sorpreso la qualità elevata dei contatti che abbiamo avuto. Siamo felici di esserci, come facciamo da anni, e abbiamo notato una maggiore interesse da parte della clientela verso il prodotto: non solo per un utilizzo personale ma per un utilizzo a livello d'impresa, per commercializzare. C'è stata una buona affluenza dall'estero, siamo particolarmente soddisfatti del riscontro che abbiamo avuto dall'America. Per noi, partecipare a Taste è come essere a casa. Quest'anno abbiamo cambiato il nostro approccio a questa fiera, che ora è molto più importante per i contatti che per la visibilità.

Giorgio Poeta di GIORGIO POETA

Abbiamo riscontrato tanta affluenza e visitatori di altissima qualità, addirittura superiore allo scorso anno. Tutto è stato curato nei minimi dettagli. Abbiamo lavorato tanto con appuntamenti fissati prima della fiera e abbiamo notato una forte presenza dall'America. Taste è l'unica fiera a cui partecipiamo, è un punto di riferimento per noi.

Elisabetta Pandolfini di ANTONIO MATTEI BISCOTTIFICIO

Quest'anno la fiera è ulteriormente migliorata rispetto all'anno scorso, che già era ottima. Ci sono molti operatori esteri, abbiamo visto rappresentanti da America, Oriente, Europa in generale, Germania e Francia, tutto molto positivo. Per noi Taste è diventata la fiera più importante, se non l'unica. Questo non solo grazie alla sua vicinanza geografica, ma anche a livello di relazioni e di contatti, è sicuramente la più soddisfacente. Tutti i membri del Gruppo Unici sono molto soddisfatti.

Gabriele Pirelli di AGRIMÒ

La fiera è fantastica, e siamo molto contenti di partecipare. La qualità dell'evento, l'organizzazione e l'allestimento sono impeccabili. Gli espositori sono tutti produttori di nicchia di qualità. Non riesco a trovare nulla di negativo. Abbiamo visto molti americani che non ci aspettavamo, compratori francesi, tedeschi, inglesi, e in generale da tutta Europa. Per noi è fondamentale partecipare.

Simonetta Coccia di SALUMIFICIO COCCIA

L'atmosfera è eccellente perché i visitatori di Taste sono appassionati del settore alimentare e alla qualità dei prodotti, il che è molto gratificante. Quest'anno abbiamo presentato premi ricevuti dal Gambero Rosso, il che ha generato ulteriore interesse nei confronti dei nostri prodotti. La location è perfetta, c'è molto spazio per parlare, per muoversi, per assaggiare i prodotti. La posizione è accessibile, con parcheggi e navette disponibili. Abbiamo visto principalmente operatori del settore, come ristoratori e distributori, e abbiamo stabilito contatti in regioni dove non vendiamo ancora. Questo è molto importante per noi.

Giulia Camilla Wagner, communication manager di FONTE PLOSE:

In questa edizione abbiamo registrato una maggiore affluenza, dovuta anche all'aumento del numero di espositori, che ha mantenuto comunque l'alto livello di qualità della manifestazione. Taste ha un ottimo pubblico, attento e interessato che rispecchia anche la tipologia delle aziende che vi partecipano. Siamo onorati di essere stati lo sponsor del salone, credo di poter dire che insieme abbiamo fatto un ottimo lavoro nell'organizzazione che spero di poter replicare anche il prossimo anno.

Main Partner:



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