



INFORME
DE FERIA

2021



TUTTOFOOD

Milán

22-26 de octubre de 2021

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Milán

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIA

10 de noviembre de 2021
Milán

Este estudio ha sido realizado por
Paula Rollán Serrat

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Milán

<http://italia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-21-013-8



Índice

1. Perfil de la Feria	4
1.1. Ficha técnica	4
1.2. Sectores y productos representados	7
1.3. Actividades de promoción de la Feria por parte de la Oficina Económica y Comercial	8
2. Descripción y evolución de la Feria	9
2.1. Organización	9
2.2. Datos estadísticos de participación	9
2.2.1. Expositores	9
2.2.2. Participación española	9
2.2.3. Visitantes	10
2.3. Plano del recinto	10
3. Tendencias y novedades presentadas	11
4. Valoración	16
4.1. Del evento en su conjunto	16
4.2. Valoración de la participación española	16
4.3. Recomendaciones	17
4.4. Servicios Personalizados	17
5. Anexos	19
5.1. Organismos españoles	19
5.2. Asociaciones del sector	19
5.3. Otras entidades del sector	20
5.4. Prensa especializada	21
5.5. Listado de expositores españoles	22
5.6. Productos españoles exportados a Italia	23





1. Perfil de la Feria

1.1. Ficha técnica



- **TUTTOFOOD 2021**
La Feria se celebró contemporáneamente a HOST (Salón Internacional de la Hostelería y la Restauración Profesional) y MEAT-TECH (Feria para el procesamiento y envasado de carne).
- **Fechas de celebración del evento:** 22-26 de octubre de 2021.
- **Fechas de la próxima edición:** 8-11 de mayo de 2023.
- **Edición:** VIII
- **Frecuencia:** Bienal en años impares.
- **Lugar de celebración:** Fiera Milano, recinto ferial de Milán en Rho-Pero.
- **Horario de la Feria:** 9:30 – 18:30.
- **Medios de transporte:** El recinto ferial de Rho-Pero (Milán) es de fácil acceso con diferentes medios de transporte.



Metro

En metro: Línea 1 de metro en dirección Rho – Fieramilano. Parada Rho – Fieramilano Consultar [aquí](#) el mapa del metro de Milán. Tarifas: tiquet ordinario 2,00 € por trayecto. www.atm.it



Tren

- Desde Stazione Milano Centrale – Stazione Milano Porta Garibaldi: línea 2 de metro en dirección Abbiategrasso y trasbordo en la parada Cadorna Triennale a la línea 1 hasta el final de la línea, dirección Rho-Fieramilano.
- Desde Stazione Cadorna: línea 1 de metro hasta el final de la línea, dirección Rho-Fieramilano.
- Desde las estaciones de Certosa, Villapizzone, Lancetti, Porta Garibaldi, Repubblica, Porta Venezia, Dateo, Porta Vittoria y Forlanini, se puede llegar al recinto ferial con dos líneas de tren de cercanías, la S5 y la S6.

Consultar en www.trenitalia.com y www.trenord.it los trayectos y tarifas.



Coche

Para llegar a la feria se puede aparcar el coche en uno de los seis aparcamientos que se encuentran a la entrada de Milán y que coinciden con las paradas de metro: Cascina Gobba, San Donato, Famagosta, Bisceglie, Lampugano y Molino Dorino. Si se prefiere llegar hasta la feria con el coche están disponibles los aparcamientos del recinto. Las tarifas son de 12 € las primeras 4 horas, y 16,50 € las 4 siguientes, hasta un máximo de 24 horas.

- Autopista A7-Genova, A1 Bologna e A4-Torino: tangencial oeste, dirección norte, salida FieraMilano.
- Autopista A4-Venezia: salida, Pero-FieraMilano.
- Autopista A8-Varese y A9-Como: salida FieraMilano



Avión

Aeropuerto Linate: Autobús número 73 hasta Piazza San Babila, donde se conecta con la línea 1 de metro hacia Rho-Fiera Milano. Tarifa Bus *navetta*: 10€ por trayecto. Horario: cada hora, desde las 8:30 a las 13:30 y desde las 15:00 a las 18:00. Durante los días de feria hay un autobus especial en dirección Fiera Milano (Puerta Este). Sale de la zona de llegadas nacionales del aeropuerto de las 8:30 a las 13:30 y de las 15:00 a las 18:00. Frecuencia: cada hora. El trayecto de vuelta se hace en horario de 9:30 a 12:30 y de 14:00 a 19:00 con la misma frecuencia.

Aeropuerto Malpensa:

- Tren Malpensa-Express: se coge en la Terminal 1 desde las 5:28 a las 00:28. Frecuencia: cada 15 minutos. Tarifa: 12 € por trayecto o 18 € ida y vuelta. Para más información consultar www.malpensaexpress.it
- Autobús Malpensa *Shuttle*: se coge en la Terminal 1, salida 4 desde las 9:00 a las 11:30. Frecuencia: cada 20 minutos. Tarifa: 10€ por trayecto o 16€ ida/vuelta. Para más información consultar www.malpensashuttle.it



- Autobús Malpensa Bus Express: se coge en la Terminal 1, salida 4 desde las 9:00 a las 11:30 Frecuencia: cada 20 minutos. Tarifa: 10€ por trayecto o 16€ ida/vuelta. Para más información consultar www.autostradale.it

Aeropuerto Orio al Serio:

- Orio Shuttle: se coge en la marquesina 1. Salidas a las 8:45, 9:15 y 10:30. La vuelta se hace desde la puerta Este a las 15:30, 16:30 y 18:00. Tarifa: 12€ por trayecto o 20€ ida/vuelta. Para más información consultar www.airpullman.com
- Orio Bus Express: se coge en las marquesinas 3 y 4. Salidas a las 8:30, 10:15 y 11:00. La vuelta se hace desde la puerta Este a las 15:15, 16:00 y 18:00. Tarifa: € 11,50/trayecto - €19,50 i/v. Para más información consultar: www.autostradale.it

- **Precios de entrada:**

-Billete para 1 día: 65 €.

-Billete para 2 días:75 €.

-Billete para 3 días: 115 €.

-Billete para 4 días: 130 €.



En esta ocasión, era obligatorio mostrar el Green Pass en la entrada de la Feria. En caso de no disponer de él, se facilitaba un espacio-*hub tamponi*- situado a la entrada del recinto donde se realizaban test antígenos rápidos por 21 € con resultado certificado a los 15 minutos.

- **Precio del stand:**

Área stand	Un lateral abierto	200€/m ²
	Dos laterales abiertos	215€/m ²
	Tres laterales abiertos	240€/m ²
	Cuatro laterales abiertos	270€/m ²
Registro de expositores	1 ^{er} Expositor	550€
	Expositores adicionales	255€/expositor

Datos de la edición de TUTTOFOOD 2019. (Los datos de 2021 no están disponibles en la página web)



- **Organizador/director:** Fiera Milano.
- **Tipo de visitantes:** Profesionales del sector agroalimentario.
- **Ferias relacionadas:**

FERIA	CIUDAD	PAÍS	FECHAS	WEB
CIBUS	Parma	Italia	3– 6 mayo 2022	www.cibus.it
SIAL	París	Francia	15 – 19 octubre 2022	www.sialparis.com
ANUGA	Colonia	Alemania	7– 11 octubre 2023	www.anuga.com

Fuente: Elaboración propia

1.2. Sectores y productos representados

TUTTOFOOD 2021 se organizó en distintos sectores en función del tipo de actividad a la cual pertenecían las empresas expositoras:

TUTTOFROZEN

TUTTOSEAFOOD

TUTTOPASTA

TUTTOGROCERY

TUTTOOIL

TUTTODAIRY

TUTTOMEAT

TUTTOHEALTH

TUTTOFRUIT

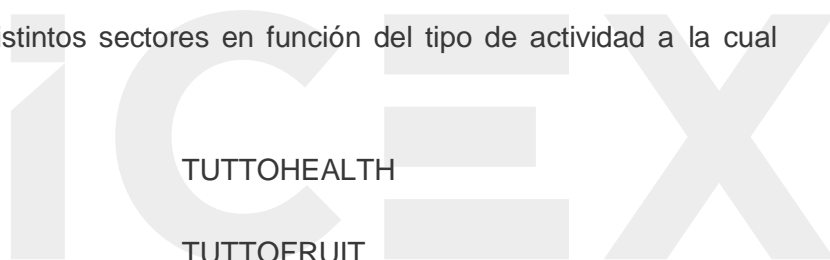
TUTTODRINK

TUTTOSWEET

TUTTOWINE

TUTTODIGITAL

TUTTOWORLD





1.3. Actividades de promoción de la Feria por parte de la Oficina Económica y Comercial

La Feria fue visitada por el personal de la Oficina Económica y Comercial de Milán, que aprovechó la ocasión para intercambiar impresiones con las empresas españolas participantes y dar a conocer el ICEX y los servicios ofrecidos por el organismo.

De este modo, las empresas españolas expresaron su opinión sobre la Feria, sus necesidades en relación con el mercado italiano y, en general, la situación del sector en España y a nivel internacional.





2. Descripción y evolución de la Feria

2.1. Organización

La VIII edición de TUTTOFOOD se celebró entre los días 22 y 26 de octubre en el recinto ferial de Milán, en Rho-Pero. La Feria suele tener lugar en el mes de mayo, pero a causa de las restricciones por la COVID-19 y la incertidumbre general, tuvo que posponerse a octubre. Los datos de contacto se muestran a continuación:

Fiera Milano S.p.A.

Piazzale Carlo Magno, 1 - 20149 Milán

Web: <http://www.tuttofood.it> // Mail: info@tuttofood.it

La Feria ocupó los pabellones 4, 6, 10, 14 y 18, entre los que distribuyeron los distintos sectores representados en TUTTOFOOD. Con el billete de ingreso era posible acceder a las ferias HOST y MEAT-TECH, que tuvieron lugar contemporáneamente en otros pabellones del recinto ferial.

2.2. Datos estadísticos de participación

2.2.1. Expositores

La edición TUTTOFOOD de 2021 contó con 1.421 expositores, 233 de ellos extranjeros, procedentes de 31 países diferentes. Las cifras disminuyeron notablemente respecto a ediciones anteriores: en 2019 fueron 2.900 los expositores, provenientes de 43 países diferentes.

2.2.2. Participación española

La edición del 2021 contó con la participación de 23 empresas españolas del sector. 8 de ellas participaron de forma agrupada a través de la Consejería del Mar de la Junta de Galicia. Otras 2 empresas participaron a través de la Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía (Landaluz). El resto expusieron de forma independiente.

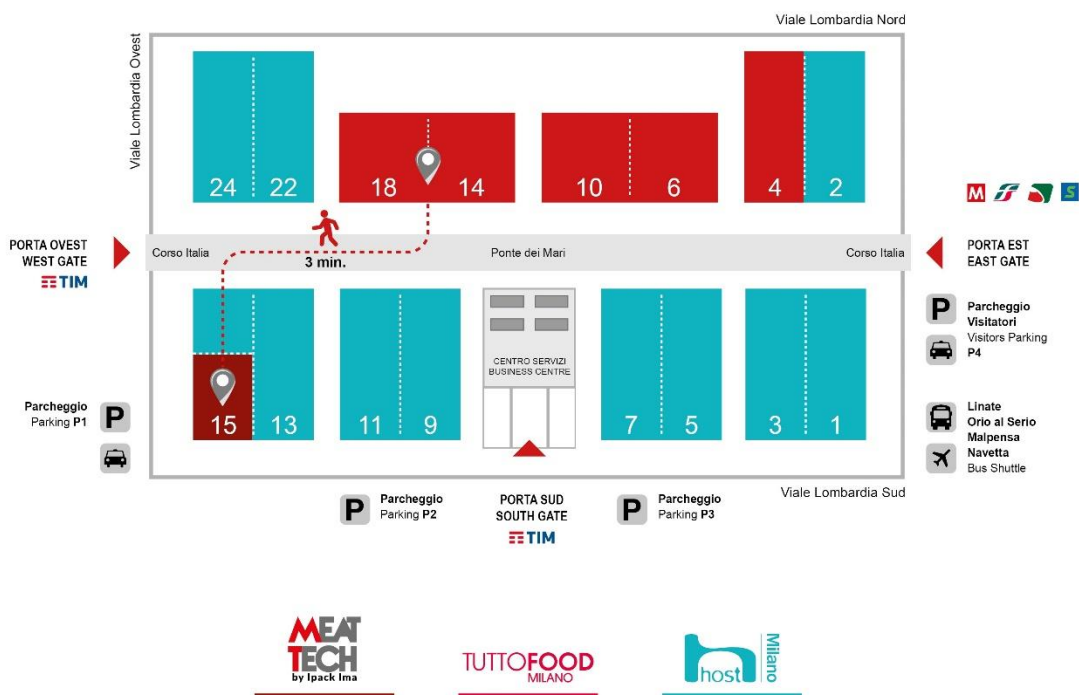
En el anexo 5.5 se ofrece el listado de las empresas españolas, con información sobre el tipo de producto y la página web de cada una de ellas.

2.2.3. Visitantes

El evento reunió más de 150.000 visitantes provenientes de 66 países diferentes, muchos más que los 82.000 registrados en la anterior edición de 2019. Si bien, es cierto que este año la Feria se celebró juntamente con HOST y MEAT-TECH, recibiendo así un público más amplio.

El público extranjero fue proporcionalmente menor a otras ediciones. Aun así, TUTTOFOOD siguió confirmándose como la Feria de referencia del sector agroalimentario italiano a nivel internacional.

2.3. Plano del recinto



Fuente: TUTTOFOOD 2021

3. Tendencias y novedades presentadas

Nuevos acuerdos y presentaciones

Con esta edición, TUTTOFOOD se confirmó como plataforma no sólo de negocios, sino también de presentación de datos e investigaciones, de intercambio de conocimientos, de concursos internacionales y de descubrimiento de nuevas tendencias, y de eventos organizados con las principales asociaciones.

La Feria es además una gran oportunidad para celebrar importantes acuerdos. Destaca, por un lado, la nueva asociación con Filiera Italia¹ y Coldiretti², que promoverá los productos agroalimentarios *Made in Italy* en todo el mundo con el objetivo de duplicar el valor de las exportaciones de 50.000 a 100.000 millones. Por otro lado, el acuerdo entre Fiera Milano e Informa Market -uno de los líderes mundiales del sector ferial- busca conseguir que las empresas que asisten a los eventos de Fiera Milano se introduzcan aún más en los mercados extranjeros estratégicos. El objetivo es reforzar la posición de Fiera Milano como centro europeo capaz de acoger congresos y eventos de alcance mundial.

Novedades en los productos

Las empresas expositoras en la Feria mostraron un fuerte compromiso con la promoción del consumo de alimentos sanos y alternativos, como demuestran los productos seleccionados para la primera edición del *Better Future Award*, un premio dedicado a la excelencia alimentaria en el certamen.

Los nuevos productos de TUTTOFOOD incluyeron muchos alimentos "súper" (alimentos cuyo potencial nutritivo o valor nutricional los hace muy interesantes desde el punto de vista de la salud por su alta concentración de antioxidantes, grasas saludables o vitaminas). También se percibió un

¹ Filiera Italia es una asociación que promueve los contratos de la cadena de suministro entre las explotaciones agrícolas y las empresas de transformación y ejerce de lobby en Bruselas y en otras mesas internacionales para defender los intereses de los productos agroalimentarios italianos.

² Coldiretti (Confederazione Nazionale Coltivatori Diretti) es la mayor asociación que representa y ayuda a la agricultura italiana. Coldiretti asocia a 1,6 millones de agricultores y cuenta con la mayoría de las empresas que operan en la agricultura italiana.

creciente interés entre los consumidores, las empresas y los inversores por las proteínas basadas en plantas, microorganismos o células animales.

Una vez más, los productos "sin" tuvieron un papel importante en la presentación de las nuevas tendencias, desde las numerosas ofertas sin gluten hasta los productos selectos con un contenido reducido de grasa, sin lactosa, gluten, glutamato y polifosfatos añadidos. No faltaron los sustitutos del arroz y la pasta bajos en carbohidratos, gracias a los productos a base de verduras y legumbres, como la pasta hecha con coliflor y brócoli, y a las legumbres como los garbanzos, las lentejas y los guisantes. Además, estuvieron muy presentes otros productos cada vez más populares como las hamburguesas, el pollo, los productos lácteos y el pescado de origen no animal: ya fueran de origen vegetal (derivados de plantas) o celular (derivados de tejido celular cultivado en laboratorio). Varias marcas, como la española Heura, ofrecieron sustitutos de los productos tradicionales que imitan el aroma, el sabor y la textura de los productos de origen animal.

3.1. El mercado alimentario italiano

De acuerdo con los datos sobre el sector de la alimentación en Italia proporcionados por *The European House Ambrosetti*³, a pesar de la pandemia de la COVID-19, el sector agroalimentario sigue siendo uno de los pilares de la economía italiana, con una incidencia sobre el PIB del 3,8%, solo por detrás de España (4,0%) en la clasificación europea, y delante de Francia (3,0%) y Alemania (2,1%). La industria agroalimentaria italiana en su conjunto generó en 2020 un valor añadido de 64,1 miles de millones de euros, de los cuales 31,2 miles de millones pertenecían al sector *Food & Beverage*, con una ligera disminución respecto al 2019 del 1,8%.

Las empresas de alimentación están ampliamente distribuidas por todo el territorio italiano, aunque están más concentradas (alrededor del 50 %) en 5 regiones: Sicilia, Lombardía, Campania, Apulia y Emilia-Romaña. Es destacable la importancia en Italia de las producciones de calidad certificada (DOP-IGP⁴), que han ganado peso durante la pandemia, con un valor que alcanza los 17.000

³ El estudio "*Il Covid non piega il settore Food & Beverage italiano*" sobre los escenarios y desafíos para el sector agroalimentario fue presentado en la quinta edición del foro "La hoja de ruta del futuro para la alimentación y las bebidas: desarrollos y desafíos para los próximos años", los días 4 y 5 de junio de 2021.

⁴ DOP: Denominación de origen protegida.
IGP: Indicación geográfica protegida.



millones de euros entre los componentes alimentario y vitivinícola, cerca del 19 % del total del sector agroalimentario italiano.

EL SECTOR AGROALIMENTARIO ITALIANO EN 2020

	Cantidad
Empresas agrícolas	1.145.710
Empresas de la industria alimentaria	56.750
Empresas de la distribución a libre servicio	42.508
Empresas de comercio al detalle tradicional y especializado	108.138
Empresas de restauración	273.864
Consumidores	60.665.551 (25 millones de familias aprox.)

Fuente: Elaboración propia a partir de Ismea⁵, 2021

La cesta alimentaria de los italianos

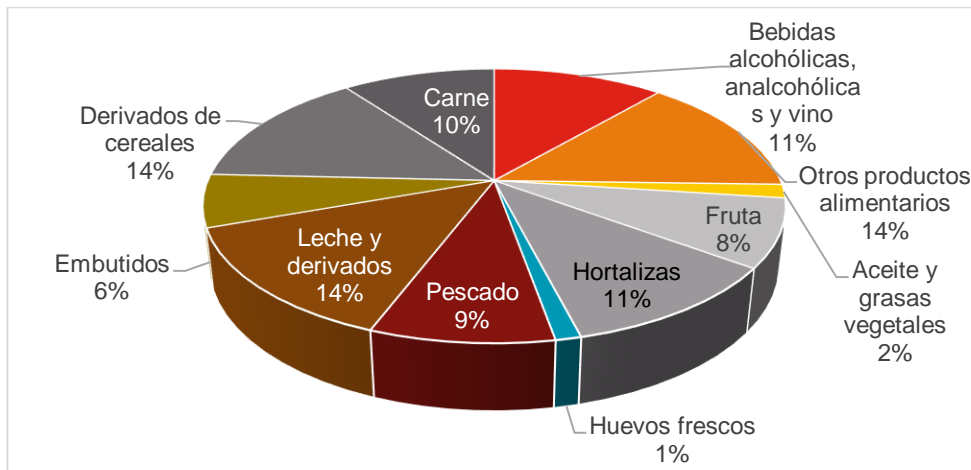
En 2020 se registró el mayor crecimiento del consumo italiano de la última década (7,4%). Tras la paulatina apertura de los negocios y el retorno a la “nueva normalidad”, los datos de este año 2021 muestran un claro descenso y un panorama caracterizado por nuevas tendencias.

El menor crecimiento de la demanda de productos envasados en el primer trimestre de 2021 y la recuperación de los productos frescos evidencian, por tanto, una vuelta a la normalidad. De hecho, por primera vez, son los productos frescos a granel los que impulsan el crecimiento del consumo, con un 3,7% de aumento.

Destaca frente al año pasado el crecimiento de dos dígitos en las compras de bebidas de un 13% frente al 1,7% de los alimentos. Los aperitivos, los vinos y los espumosos son los productos que más interesan a los consumidores italianos.

⁵ Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare.

COMPOSICIÓN DE LA COMPRA ALIMENTARIA DE LOS HOGARES ITALIANOS EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2021



Fuente: Ismea a partir de datos de Nielsen, 2021

Las tendencias de consumo en Italia

De acuerdo con los datos del Informe de Coop 2021⁶, la asociación entre alimentos y medio ambiente desempeña un papel cada vez más importante en la compra italiana, especialmente en el contexto postpandemia: los carros "verdes" suponen un total de 10.000 millones de euros en 2020 entre hipermercados y supermercados.

Los italianos asocian cada vez más los alimentos con el concepto de sostenibilidad, teniendo en cuenta aspectos como el método de producción respetuoso, la atención al envasado, el origen y la cadena de suministro y la responsabilidad ética. Así, cada vez son más aquellos que reducen su consumo de carne, prefieren los productos locales y de temporada y compran productos veganos como alternativa proteica a la carne. Para garantizar la transparencia de cara al consumidor, muchos productos del mercado contienen "sellos" de sostenibilidad y puntuaciones que miden la huella ecológica del producto.

Otro gran motor de elección, que también se ha visto impulsado por el efecto pandémico, es la búsqueda de un mayor bienestar a través de la alimentación. El 83% de los italianos se declara

⁶ "Rapporto Coop 2020 – Economia, consumi e stili di vita degli italiani di oggi e di domani". Informe elaborado por el Gabinete de Estudios de Ancc-Coop (Asociación Nacional de Cooperativas de Consumo), con la colaboración de Nomisma, el apoyo analítico de Nielsen y las aportaciones originales de: GfK, Gs1-Osservatorio Immagino, Iri Information Resources, Mediobanca Ufficio Studi, Npd, Crif, Tetra Pak Italia.

dispuesto a gastar más para comprar productos de calidad certificada, lo cual explica una mayor atención hacia las indicaciones en la etiqueta sobre el origen y la procedencia de los alimentos, los valores nutricionales y el método de producción. La COVID ha puesto en primer plano las cuestiones de seguridad alimentaria, la primera preocupación para el 55% de los italianos, junto con la salud, para el 53%, según el estudio de DNV GL titulado *What matters to consumers when buying food?*.

El declive de la marca en Italia sigue su curso, no sólo debido a la llegada de las tiendas de descuento, que representan el 20% de las ventas de la gran distribución, sino también por la crisis de otros canales de distribución. Desde 2013 hasta hoy la cuota de las grandes marcas ha disminuido un 9%, compensada por la marca del distribuidor, con un crecimiento del 9% en el mismo periodo de tiempo, y por los pequeños productores cuya cuota ha aumentado un 3%. A pesar de los cambios que se están produciendo en los últimos años, los consumidores italianos siguen siendo un público muy fiel a las marcas.

3.2. Exportación alimentaria española a Italia

Según el Informe realizado por el Observatorio Cajamar⁷ sobre el sector agroalimentario español en 2020, éste refleja un mejor comportamiento que la economía en su conjunto a pesar de haber sufrido las consecuencias de la crisis. El valor añadido del sector ascendió el año pasado a 99.355 millones de euros, siendo España la principal productora de ganado porcino, aceite de oliva y cítricos de la UE-27.

Las exportaciones registraron un máximo histórico en 2020 al alcanzar los 54.840 millones de euros. El sector agroalimentario representó una quinta parte del total de las exportaciones de bienes de España, que fueron destinadas principalmente a países de la Unión Europea (63,4 % del total): los principales mercados fueron Francia (15,6 %), Alemania (11,9 %), Italia (8,9 %) y Portugal (8,4 %).

Como puede observarse en la tabla del anexo 5.6, destaca el aceite de oliva como la principal partida de exportación a Italia. Sin embargo, también alcanzan cifras muy significativas sectores como el del pescado (en especial en conservas y congelado), convirtiendo a España en el primer país de origen de las importaciones italianas de pescado.

⁷ Grupo Cajamar. El sector agroalimentario eleva su peso en el total de la economía y aporta el 9,7 % del PIB de España: <https://www.bcc.es/es/informacion-corporativa/sala-de-prensa/ano-2021/el-sector-agroalimentario-eleva-su-peso-en-el-total-de-la-economia-y-aporta-el-97-del-pib-de-espana/>.



4. Valoración

4.1. Del evento en su conjunto

TUTTOFOOD (Milán) y CIBUS (Parma) representan las dos principales ferias del sector de la alimentación en Italia. Tienen ediciones bienales que se celebran de forma alternativa. CIBUS tiene un enfoque más orientado a los productos de origen italiano, mientras que TUTTOFOOD busca posicionarse como la Feria internacional del sector, y los datos de participación y asistencia lo avalan. La edición de 2021 consolida el creciente papel de Fiera Milano como centro ferial europeo, motor decisivo de la internacionalización de las empresas italianas de todos los tamaños. Una estrategia continua y orgánica, como demuestra el aumento constante de la presencia de compradores internacionales.

En esta VIII edición, destaca la gran cantidad de visitantes en la Feria, especialmente en los pabellones 6 y 10, lo cual indica una cierta redinamización del sector.

4.2. Valoración de la participación española

En general, las empresas españolas visitadas mostraron un alto grado de satisfacción con la Feria. El evento proporciona un marco excelente para la relación con clientes y socios del mercado italiano, tanto del norte como del sur, así como de otros países y mercados, como lo atestiguaron numerosos expositores.

La Consejería del Mar de la Junta de Galicia agrupó a 8 empresas de la Comunidad Autónoma. En representación institucional acudieron la Consejera del Mar, Rosa Quintana y la Directora General de Pesca, Acuicultura e Innovación Tecnológica, Mercedes Rodríguez Moreda. El *stand* conjunto contaba con un diseño muy elegante y atractivo.

La otra participación agrupada española fue Landaluz (Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía) que reunió a una empresa de aceite y otra de salazones, conservas y ahumado.



El resto de las empresas acudieron de manera independiente, con *stands* de todos los tamaños y decoración diversa. Un factor muy comentado por los expositores fue la delimitación del público visitante respecto a otras ediciones. Dada la dificultad para viajar con restricciones y requerimientos sanitarios, el público que acude actualmente a las ferias es mucho más selecto: tiene fines comerciales reales. Del mismo modo, la mayor parte de visitantes procedían de Europa.

4.3. Recomendaciones

La Feria TUTTOFOOD es uno de los principales eventos del sector. En este sentido, se recomienda la participación en los numerosos eventos que se celebran durante la feria.

Asimismo, la participación en TUTTOFOOD puede ser muy positiva de cara a conseguir nuevos contactos, italianos e internacionales, por lo que se recomienda preparar con antelación la presencia en la feria y disponer de personal que hable en inglés y en italiano, así como de folletos de la empresa en ambos idiomas.

Finalmente, se debería contactar con los clientes u operadores comerciales con antelación a la participación en la feria, con el objetivo de crear una agenda de reuniones con profesionales del sector que permita optimizar el tiempo en la feria.

4.4. Servicios Personalizados

ICEX España Exportación e Inversiones ofrece servicios de consultoría personalizada a través de su red de Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior, cuyo catálogo puede consultarse directamente [aquí](#).

La Oficina Económica y Comercial de Milán cuenta con un grupo de profesionales especializados por sectores, lo que asegura a las empresas un profundo conocimiento del mercado, así como de los instrumentos más adecuados para la entrada, para el establecimiento en el país o para potenciar la presencia en el mercado italiano.

Dentro del marco de servicios ofrecidos por el ICEX y teniendo en cuenta las características específicas del mercado italiano, la Oficina Económica y Comercial de Milán, una vez analizada la empresa y su solicitud, propondrá el servicio que más se adapte a las necesidades de la misma.



En lo que a la participación en ferias en el exterior se refiere, la Oficina ofrece un Servicio de Apoyo Logístico que consistiría, entre otras posibles acciones, en la presentación en italiano de la empresa y en la consiguiente comunicación relativa a su presencia en feria. Asimismo, se pone a disposición de la empresa un Servicio de Seguimiento post feria en el que se incluye información ampliada de los contactos realizados en la misma.

Se informa también que esta Oficina Económica y Comercial en Milán pone a disposición de las empresas españolas el Centro de Negocios en Milán, un servicio con todos los recursos a su alcance, incluyendo la posibilidad de alquiler de despachos/sala de reuniones, a través del cual los exportadores españoles podrán impulsar sus contactos con los profesionales italianos sin necesidad de contar con infraestructura propia en Italia. Pueden consultar todo tipo de información sobre el tema en el siguiente enlace: [Centro de Negocios de ICEX en Milán](#).





5. Anexos

5.1. Organismos españoles

ICEX España Exportación e Inversiones	Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Milán
Paseo de la Castellana, 278 28046 Madrid, España Tel. +34 913 497 100 Fax. +34 914 316 128	Via del Vecchio Politecnico, 3 20121 Milano, Italia Teléfono: +39 02 781 400 Fax: +39 02 781 414
E-mail: icex@icex.es	E-mail: milan@comercio.mineco.es
Web: www.icex.es	Web: http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/portada/index.html?idPais=IT

5.2. Asociaciones del sector

LANDALUZ - Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía

www.landaluz.es // info@landaluz.es

FEDERALIMENTARE – Federación Italiana de la Industria Alimentaria

www.federalimentare.it // segreteria@federalimentare.it

CONFAGRICOLTURA – Confederación General de la Agricultura Italiana

www.confagricoltura.it // info@confagricoltura.it



FIPE – Federación Italiana de Servicios en Bares y Restaurantes

www.fipe.it // info@fipe.it

CONFCOMMERCIO – Confederación General Italiana de las Empresas del la Actividad Profesional y del Trabajo Autónomo

www.confcommercio.it // confcommercio@confcommercio.it

UNION ALIMENTARI – Unión Nacional de la Pequeña y Mediana Industria Alimenticia

www.unionalimentari.com // info@unionalimentari.com

5.3. Otras entidades del sector

ISMEA – Instituto de Servicios para el Mercado Agroalimentario

www.ismea.it // urp@ismae.it





5.4. Prensa especializada

LARGO CONSUMO - www.largoconsumo.info

FOOD - www.foodweb.it

MARK UP - www.mark-up.it

GDO WEEK - www.gdoweeek.it

BAR GIORNALE - www.bargiornale.it

IL PESCE - www.pubblicitaitalia.com/ilpesce

LA MADIA - www.lamadia.com

LOCALI TOP - www.tuttopress.com

PREMIATA SALUMERIA ITALIANA - www.pubblicitaitalia.com/premiatasalumeriaitaliana

RISTORANTI - www.shopping24.it

RISTORANDO - www.ristorando.eu

5.5. Listado de expositores españoles

Empresa	Origen	Producto	Web
ALMACO DEL GUADALQUIVIR SL	Sevilla	Frutos secos	-
CALONGE WALNUTS	Palma Del Río, Córdoba	Nueces	www.cortijocalonge.es
CONSERVERA DE TARIFA	Tarifa	Conservas de pescado	www.conserveradetarifa.es
DISCEFA S.L.U.	Cambre, La Coruña	Procesamiento y distribución de pulpo congelado.	www.discefa.com
FRIBIN SAT 1269 RL	Binefar	Industria cárnica	www.fribin.com
FRIPOZO	Las Torres De Cotillas	Ultracongelados	www.fripozo.com
HEURA	Barcelona	Carne vegetal	www.heurafoods.com
HNOS CASTANO FERNANDEZ SL	Huelva	Industria cárnica	www.jamonestartessos.com
ICELAND SEAFOOD	Viladecavalls, Barcelona	Pescados y mariscos	www.icelandseafood.es
MERKAPACK PACKAGING S.L.	Vitoria Gasteiz	Fabricación de envases y embalajes de plástico	www.merkapack.com
NORIBERICA SA	Vigo	Pescados y mariscos	www.noriberica.com
PASTIFRED SLU	Montblanc, Tarragona	Pastelería congelada	www.pastifred.com
VIDAL SRL.	Bolonia, Italia	Golosinas	www.vidalcandiesusa.com
CONSEJERÍA DEL MAR DE LA JUNTA DE GALICIA			
CONGELADOS VIDEMAR SL	Marín, Pontevedra	Pescados y mariscos congelados	www.videmar.es
FRIGORIFICOS IBERPORT S.L.	Vigo, Pontevedra	Pescados y mariscos congelados	www.frigorificosiberport.es
HIJOS DE CARLOS ALBO S.L.	Vigo	Conservas y salazones de pescado	www.albo.es
LANZAL	Vigo	Pescados y mariscos	www.lanzal.com
MARFRIO SA	Marín	Pescados y mariscos congelados	www.marfrío.com
ORPAGU PESCA DE ANZUELO	A Guarda, Pontevedra	Conservas y hamburguesas de pescado	www.orgapu.com
PEREIRA	Vigo	Pescados y mariscos congelados	www.pereira.es



SALGADO CONGELADOS S.L.	La Coruña	Pescados y mariscos	www.salgadocongelados.com
LANDALUZ			
CAPRICO ANDALUZ	Córdoba	Aceite de oliva	www.caprichoandaluz.com
HERPAC	Barbate, Cádiz	Salazones, ahumados y conservas de pescado	www.herpac.com

5.6. Productos españoles exportados a Italia

PRINCIPALES PRODUCTOS ESPAÑOLES EXPORTADOS A ITALIA EN 2018-2019-2020

En miles de euros

Código del producto	Descripción del producto	Valor en 2018	Valor en 2019	Valor en 2020
TOTAL	Todos los productos	20.777.230	22.997.546	19.616.129
	Alimentos procesados y productos agroalimentarios	2.802.584	2.890.226	2.533.905
150910	Aceite de oliva y sus fracciones, obtenidos de la aceituna exclusivamente por medios mecánicos . . .	795.521	968.607	723.958
160414	Preparaciones y conservas de atún, de listado y de bonito "Sarda spp.", enteros o en trozos . . .	248.552	214.545	246.317
030743	Congelados de calamar	130.699	134.557	116.177
160420	Preparaciones y conservas de pescado (exc. entero o en trozos)	60.897	59.296	74.858
150990	Aceite de oliva y sus fracciones, obtenidos de la aceituna exclusivamente por medios mecánicos . . .	110.673	61.102	65.977
030617	Camarones y langostinos congelados, incluso ahumado, incluso pelados o no, incl. camarones . . .	64.149	58.960	57.846
200570	Aceitunas, preparadas o conservadas sin vinagre ni ácido acético (exc. congeladas)	58.242	74.267	55.757
190590	Productos de panadería, pastelería o galletería, incl. con adición de cacao; hostias, sellos . . .	39.903	64.182	54.043
030752	Congelados de pulpo	88.831	68.991	53.369

Fuentes: Cálculos del CCI (Centro de Comercio Internacional) basados en estadísticas de UN COMTRADE.

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

