RELATORI:

Federico Tozzi
Executive Director
Italy – America Chamber of Commerce

Nicola Fedeli
Executive Chef
Fasano Restaurant Group

Tiziana Guarini
President
2 Smeraldi LLC

Cristiano Villani
C.E.O
Pomì USA

ASSOCAMERESTERO
ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

UNIONCAMERE

UNIONCAMERE

ASSOCAMERESTERO
ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

Italy-America Chamber of Commerce

INTRODUZIONE

- Le vendite dei prodotti alimentari specializzati negli USA hanno raggiunto i 206,8 miliardi di USD nel 2023, registrando un aumento del 6,5% rispetto all'anno precedente.
- Le categorie principali includono snack, bevande, alternative vegetali e cucine internazionali.
- La cucina italiana continua a svolgere un ruolo di primo piano nel panorama gastronomico americano.

EXECUTIVE SUMMARY

- TENDENZE NELL'INDUSTRIA ALIMENTARE SPECIALIZZATA (2024)
- PREVISIONI PER IL 2025
- FOCUS SULLA CUCINA ITALIANA NEGLI USA

UNIONCAMERE

ASSOCAMERESTERO
ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

Italy-America Chamber of Commerce

TENDENZE NELL'INDUSTRIA ALIMENTARE SPECIALIZZATA (2024)

1) Spesa dei consumatori e Modelli di consumo

Premiumizzazione e Accessibilità

- Aumento della richiesta per i prodotti alimentari di nicchia.
- Attenzione da parte dei consumatori all'aspetto economico con preferenza di prodotti a un prezzo accessibile. È emerso che i consumatori sono disponibili a spendere di più per prodotti di alta gamma.

E-commerce e Consegne

- Aumento delle vendite online dei prodotti alimentari di nicchia.
- Sempre maggiore importanza dell'utilizzo di interfacce *user-friendly* per garantire un'esperienza d'acquisto fluida.

2) Salute e Benessere

Il cibo come medicina

- Preferenza da parte dei consumatori per i cibi funzionali con benefici nutrizionali evidenti, che favoriscano il benessere mentale e il supporto immunitario.

Farmaci GLP-1 per la perdita di peso

- Numero crescente di consumatori alla ricerca d alimenti per compensare la riduzione dell'appetito a base di GLP-1 (Ozempic).

UNIONCAMERE

ASSOCAMERESTERO
ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

Italy-America Chamber of Commerce

TENDENZE NELL'INDUSTRIA ALIMENTARE SPECIALIZZATA (2024)

3) Snack e Indulgenza

Boom degli snacks

- Patatine, pretzel e alternative vegetali stanno registrando una crescita significativa.
- I brands stanno investendo in packaging innovativo e nel controllo delle porzioni per adattarsi agli stili di vita dinamici.

Sapori in fusione

- Nuova tendenza alla combinazione tra snack tradizionali e sapori esotici.
- Maggiore utilizzo di spezie del Medio Oriente e dell'Asia meridionale soprattutto tra i consumatori più giovani.

4) Sostenibilità

Approvvigionamento etico ed etichettatura sull'impatto ambientale (carbon footprint)

- Maggiore attenzione e trasparenza verso la sostenibilità.
- Utilizzo di etichette che riportano informazioni sulle emissioni legate a produzione e packaging.

Evoluzione del Plant-Based

- Aumento degli snack, bevande e dessert Plant-Based.

UNIONCAMERE

ASSOCAMERESTERO
ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

Italy-America Chamber of Commerce

TENDENZE NELL'INDUSTRIA ALIMENTARE SPECIALIZZATA (2024)

5) Tendenze nella ristorazione e Foodservice

Global Cuisines

- Cucina filippina e *street food* dell'Asia orientale sono in crescita.
- Sempre maggiore popolarità per i *food trucks*, pop-ups e locali casual che aiutano questo tipo di cucina più facilmente accessibile.

Cucina italiana

- Maggiore consumo di paste artigianali, oli d'oliva di qualità e formaggi regionali. Ripensamento menù.

6) Specialty Beverages

Idratazione e Benessere

- Tendenza al consumo di prodotti arricchiti con elettroliti, adattogeni ed estratti botanici.

Influenza culturale

- Interesse crescente per bevande tradizionali globali come matcha, yerba mate e caffè speziati.

7) Tik Tok effect

- Utilizzo di Tik Tok come potente motore di diffusione di nuove tendenze alimentari con forte influenza nei confronti dei brand.

UNIONCAMERE

ASSOCAMERESTERO
ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

Italy-America Chamber of Commerce

PREVISIONI 2025

1) Integrazione tecnologica

Intelligenza artificiale nell'innovazione alimentare

- Utilizzo dell'IA per l'ottimizzazione delle catene di approvvigionamento e per strategie di marketing personalizzate.

Nutrizione personalizzata

- Maggiore preferenza per i piani di alimentazione personalizzati attraverso app per la salute.

2) Salute e Sostenibilità

Alimenti ricchi di nutrienti

- Preferenza per i prodotti ricchi di proteine, fibre e vitamine.
- Utilizzo di ingredienti naturali e puliti da parte dei brand.

Pratiche rigenerative

- Utilizzo di narrazioni rispetto a pratiche agricole rigenerative indirizzate ai consumatori eco-consapevoli.

3) Trend di spesa

Scelte orientate al valore

- Propensione all'utilizzo di ingredienti multifunzionali per bilanciare il fascino premium e l'accessibilità.

UNIONCAMERE

ASSOCAMERESTERO
ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

Italy-America Chamber of Commerce

PREVISIONI 2025

4) Globalizzazione dei gusti

Influenza Medio Orientale

- Propensione all'utilizzo di spezie orientali nelle cucine americane.

Rinascimento italiano

- Maggiore attenzione all'autenticità della cucina italiana.
- Maggiore interesse verso vini italiani DOC, paste di nicchia, e specialità regionali.

5) Innovazione nel settore della ristorazione

Modelli di ristorazione ibrida

- Crescita delle «*Ghost Kitchens*» e dei marchi virtuali offrendo maggiore flessibilità e scalabilità.

Concetti di fusione

- Nuove cucine fusion che mescolano elementi di tradizioni culinarie diverse.

6) Tendenze nel settore retail specializzato

Esperienze In-Store migliorate

- Creazione di esperienze coinvolgenti in negozio: *tasting sessions*, dimostrazioni di cucina live, workshop e tanto altro.

Imballaggi sostenibili

- Utilizzo di soluzioni di imballaggio ecologiche.
- Etichettatura del carbonio per attrarre consumatori eco-consapevoli.

UNIONCAMERE

ASSOCAMERESTERO
ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

Italy-America Chamber of Commerce

FOCUS SULLA CUCINA ITALIANA NEGLI USA

- I trend del cibo italiano nel 2024 hanno evidenziato una fusione sofisticata tra autenticità tradizionale e preferenze moderne dei consumatori.
- Alimenti biologici prodotti con pratiche sostenibili hanno registrato un aumento della domanda.

Prodotti italiani più richiesti

- Vini & Oli d'oliva.
- Accentuazione delle distinzioni regionali e della storia di provenienza: è il caso del Prosecco e in parte minore del Lambrusco.

Il ruolo dei media e dei social

- Diffusione di programmi di cucina che mostrano la profondità delle tradizioni culinarie regionali italiane.
- La cucina italiana continua a guadagnare popolarità negli USA grazie alla valorizzazione della dieta mediterranea.

UNIONCAMERE

ASSOCAMERESTERO
ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

Italy-America Chamber of Commerce

FOCUS SULLA CUCINA ITALIANA NEGLI USA

Elementi chiave

- Autenticità e innovazione.

Tendenze emergenti

- Piatti italiani Plant-Based
- Meal kit preconfezionati.

Prospettive future

- Popolarità in aumento per i piatti regionali italiani.

Bevande e abbinamenti

- Interesse per l'abbinamento tra vini italiani e piatti tradizionali o innovativi per garantire esperienze culinarie curate.

UNIONCAMERE

ASSOCAMERESTERO
ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

Italy-America Chamber of Commerce

CONCLUSIONI

- Nel 2025 le aziende che daranno priorità all'autenticità, accessibilità e trasparenza avranno un vantaggio competitivo.
- I progressi tecnologici e le soluzioni di nutrizione personalizzata contribuiranno a rafforzare la fedeltà dei consumatori.
- La cucina italiana continuerà a essere una forza dominante, e sarà fondamentale combinare tradizione e innovazione per soddisfare un pubblico sempre più diversificato.
- L'impegno per la sostenibilità resterà un elemento essenziale nel settore degli alimenti di alta gamma.

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Federico Tozzi
Executive Director
Italy – America Chamber of Commerce

Nicola Fedeli
Executive Chef
Fasano Restaurant Group

Tiziana Guarini
President
2 Smeraldi LLC

Cristiano Villani
C.E.O
Pomì USA

ASSOCAMERESTERO
ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

UNIONCAMERE