

Piattaforme competitive

Parma-Milano, un matrimonio all'insegna del cibo

Il matrimonio sul food s'ha da fare. È conto alla rovescia per l'accordo sull'agroalimentare tra Fiere di Parma e Fiera Milano. «L'operazione prevede un'alleanza, una doppia piattaforma in grado di competere con le grandi fiere mondiali — afferma Antonio Cellie, ceo di Fiere di Parma (40 milioni di fatturato e 11 di Ebitda) —. Ci sono tutti i presupposti industriali per fare un accordo di sistema che faccia bene al made in Italy agro-alimentare, che è primo per manifattura in Italia per valore aggiunto e addetti, che quindi merita una Fiera d'Italia con le dimensioni appropriate».

Tutti d'accordo dunque a dar vita al più grande polo fieristico del cibo tricolore. A partire dai soci privati di Fiere di Parma: Cariparma Crédit Agricole (32%) e pubblici Comune e Provincia (19,5% a testa). «Nel 2023 faremo tre acquisizioni: due società italiane, una che si occupa di eventi e spettacoli e l'altra di bike mobility, ed una in Usa, leader nel food processing. Complessivamente abbiamo destinato a questi investimenti circa 5 milioni», continua Cellie. Perché gli Stati Uniti? «Perché in questo momento sono il più importante mercato per l'alimentare per la politica di reshoring (ri-localizzazione) del governo Biden. Molte produzioni stanno tornando in Usa che sta diventando un mercato straordinario per le nostre tecnologie. L'acquisizione probabilmente la faremo con Fiere di Colonia, già nostra socia in CibusTec. Il mondo dello spettacolo e in generale degli eventi di pubblico, invece, dopo il Covid, è rinato grazie a manifestazioni e fiere in presenza. Parma è un parterre perfetto, adatto a ospitare concerti, eventi sportivi, spettacoli outdoor. Inoltre durante Maison&Objet allestiremo a Parigi una special edition di Mercantefiera».

Anche quest'anno Cibus 2023 (29-30

marzo) riunisce a Parma la filiera alimentare italiana, con quattro nuove aree per il Salone del Food&Beverage Made in Italy, con spazio all'Horeca e alla sostenibilità con oltre mille brand in esposizione e 500 nuovi prodotti pronti al lancio. Ricco anche il programma di eventi, panel, e cooking show. Attesi 20 mila professionisti, tra operatori della Distribuzione Moderna, Ho.Re.Ca. e delle catene di ristorazione. «Quest'anno abbiamo aggiunto 4 nuovi settori: ortofrutta, semilavorati per gelaterie pasticcerie, prodotti plant based e integratori alimentari. Parma è la casa di tutti le IG italiane — continua —. Intorno a questi prodotti del territorio, sostenibili sul piano ambientale e sociale, si sta costruendo l'offerta premium dell'alimentare a livello mondiale».

La principale novità è l'inaugurazione del nuovo percorso Fruit&vegetables, ricco di esperienze e innovazioni dei produttori di frutta e verdura fresca, grazie a eventi e incontri, che affrontano vari temi, quali la logistica sostenibile e solidale, la promozione di stili di vita salutari e delle vendite attraverso lo shopper marketing nutrizionale, la transizione climatica e i suoi effetti sui consumi. Anche il gelato approda per la prima volta a Cibus: grazie alla collaborazione con Carpigiani, il comparto delle tecnologie, dei semilavorati, delle basi e degli ingredienti per gelateria e pasticceria si presenta ai professionisti della distribuzione nell'apposita area focus Gelato&pastry. Infine l'integrazione alimentare e della nutrition, che vede protagonisti brand come Bonomelli, Cuore, Enervit. «Negli ultimi 13 anni abbiamo portato numerosi visitatori esteri in Italia per mostrare loro, dal vivo e sui territori, il nostro saper fare. Cibus cresce e rimarrà a Parma», conclude Cellie.

Barbara Millicci

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Vertici

Antonio Cellie, ceo di Fiere di Parma (40 milioni di fatturato e 11 di Ebitda). E il 29-30 marzo arriva la nuova edizione di Cibus

