

La manifestazione torna alle Fiere di Parma il 29 e 30 marzo. Attesi 20.000 visitatori da 90 Paesi esteri, tra cui 1.300 top buyer. Un migliaio di brand del food rappresentati

di Paola Benedetta Manca

Cibus Connecting Italy L'innovazione è servita

IL PROGRAMMA

Completano la multicanalità della fiera quaranta eventi, tra tavole rotonde, networking, mostre, seminari e l'immane dopo salone 'Cibus After'

SVILUPPO E INNOVAZIONE, con un'attenzione importante all'evoluzione della domanda nazionale e internazionale, sono i driver che guideranno «Cibus Connecting Italy». La manifestazione torna ad animare le Fiere di Parma dal 29 al 30 marzo. Sono circa 20.000 i visitatori attesi da 90 diversi Paesi esteri, tra cui 1.300 top buyer, in arrivo grazie al programma di incoming sviluppato in collaborazione con Agenzia Ice. Circa un migliaio di brand del food Made in Italy rappresentati.

L'ambizioso progetto che il Salone internazionale dell'alimentazione porta avanti è quello di convalidare esigenze ed esperienze di produzione, industria e distribuzione attorno a un unico tavolo, nel quale si tratteranno nuovi scenari per il mondo del food. Scenari che, quest'anno, vedono modelli di approvvigionamento di filiera più prossimi, una maggiore valorizzazione del legame territoriale e la continua riscoperta di produzioni, tradizioni e cultura del vivere e mangiare all'italiana. A «Cibus Connecting Italy», il settore alimentare italiano farà il punto sulle prospettive del settore che si conferma forte e competitivo. Nonostante la crisi, infatti, il mercato interno ha tenuto, mentre l'export ha segnato ancora un nuovo record nell'anno appena concluso: 176 miliardi di fatturato della sola industria alimentare, con un +13% sul 2021, a fronte di una crescita in volume dell'1% e un commercio estero che fa registrare un +19% sul 2021, arrivando a 49,2 miliardi di euro, a fronte di una crescita in volume del 5%.

«Cibus è definitivamente il manifesto del Made in Italy alimentare e della capacità della nostra manifattura e delle filiere di essere sempre più in sintonia con i consumatori di tutto il mondo», sottolinea Antonio Cellie, ceo di Fiere di Parma. «Negli ultimi dieci anni, l'export agroalimentare è cre-

sciuto a doppia cifra, anche durante la pandemia e la guerra, in tutte le geografie e su tutti i canali. Per questo, similmente a come accaduto in altri settori leader del Made in Italy, Cibus ha voluto e potuto diventare un evento internazionale di successo con cadenza annuale».

Ad aprire la manifestazione, mercoledì 29 alle 11, sarà il convegno inaugurale che vedrà la presenza di rappresentanti del mondo istituzionale e politico, come il ministro dell'Agricoltura, Francesco Lollobrigida, e il presidente della Regione Emilia-Romagna, Stefano Bonaccini. Sono quattro le nuove aree dell'edizione 2023: ortofrutta (con l'esordio tra gli espositori di produttori italiani di frutta e verdura fresca), semilavorati per gelateria e pasticceria, prodotti "rich in" e plant-based.

Cibus Connecting Italy si compone due anime. La prima è quella esperienziale e immersiva nella tradizione e nel "saper fare" del Made in Italy agroalimentare. Visitando la fiera, un operatore può realmente toccare con mano e comprendere le radici del food & beverage autentico italiano: materie prime, ingredienti semilavorati e prodotti trasformati sono, infatti, al centro non soltanto dell'attività espositiva, ma anche dei numerosi "Cibus destination on the road", che la fiera riserva a centinaia di buyers esteri nei vari territori. La seconda anima è legata al suo ruolo da piattaforma privilegiata di networking e scambio. Tema centrale della fiera, infatti, è proprio l'abilità dell'industria alimentare e di tutta la filiera di realizzare e proporre prodotti innovativi e tailor-made, in grado di incrociare la domanda premium proveniente dal mercato interno e da quello estero.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

100

Sotto la lente di ingrandimento, il catalogo delle novità di prodotto e l'Innovation corner: esposizione delle 100 più interessanti innovazioni di prodotto, valutate e selezionate da una giuria di esperti. Ampio è anche lo spazio che, in collaborazione con Le Village By Crédit Agricole, la manifestazione dedica alle startup e un ruolo chiave è riservato al canale dell'Horeca e del Foodservice

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - L.1601 - T.1601



Superficie 76 %

LE TENDENZE

06901

Più sostenibilità e nuovi pack in vetrina

AL SALONE INTERNAZIONALE dell'alimentazione Made in Italy «Cibus Connecting Italy 2023» saranno 1000 i brand in esposizione, con 500 prodotti innovativi, 100 dei quali selezionati e in mostra nell'area «Cibus Innovation Corner». Tra le tendenze predominanti si riconfermano quelle salutistiche e la crescente attenzione alla sostenibilità e ai nuovi pack. Non accenna a calare il trend legato alla valorizzazione dei sapori locali, massima espressione di territori, tradizioni e gusti caratteristici del Made in Italy. La Top100 dei prodotti innovativi, curata da una giuria di esperti, ha individuato cinque macro trend emergenti: Healthy & Natural, che raccoglie le referenze ad alto contenuto salutistico; Territory Valorization, un fil rouge che racconta l'Italia tramite prodotti con forti richiami alle tipicità dei territori, quali produzioni Dop e Igp; poi Better for Us, un insieme di prodotti dai profili di sostenibilità spiccati, Unguilty Pleasures, rassegna di referenze che strizzano l'occhio ai golosi e Horeca Revolution, galleria di innovazioni pensate per il canale del fuori casa.

Tra le novità che attingono a piene mani dalla tradizione, innovandone il gusto, rientrano il Pizzatone, panettone già farcito con pomodoro, mozzarella e origano, la Carne Salada, macerata e insaporita seguendo antiche ricette; i pomodori ciliegi arancioni, lavati e confezionati in acqua e sale sotto vetro. E poi la meringata al caramello salato, il biscottino da tè integrale con doppia farcitura di amarena e melagrana, l'uovo di Pasqua al cioccolato extra fondente al 70%, con granella di fave di cacao. E, ancora, il tradizionale pesto al basilico, con aggiunta di scorzette di limone e l'Esagonotto, nuova trafila di pasta corta artigianale, concepita come un pennone liscio a base esagonale, per esaltare la ruvidità e gli aspetti più rustici della tradizionale pasta di Gragnano Igp. Quanto ai prodotti salutistici, tra i più innovativi ci sono lo snack di patata leggero, realizzato con farina di piselli al gusto basilico; i nuggets 100% vegetali preparati con il riso; la panatura per frittura e altre preparazioni, con pochissimi ingredienti, tutti naturali, senza conservanti né lattosio. Tra le novità sul fronte del packaging: la ricotta fresca a lunga conservazione e le cipolle rosolate, refrigerate, tritate e pronte all'uso, in una confezione a secchiello richiudibile che ne facilita la conservazione.

p. b. m.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



UNA RASSEGNA E DUE ANIME
La prima è quella esperienziale e immersiva nella tradizione e nel "saper fare" del Made in Italy. La seconda anima è legata al suo ruolo di piattaforma di networking e di scambio