

Tra l'8 e l'11/5 la grande kermesse del cibo a Fieramilano; la prima dopo l'asse con Cibus

03041

03041

Tuttofood, al timone c'è Cellie

Focus su retail, relazioni aziende-gdo, green e tecnologie

DI ANDREA SETTEFONTI
E LUIGI CHIARELLO

Edizione *sold out* per presenze di espositori, quella 2023 di **Tuttofood** (Milano 8-11 maggio) la prima dopo l'accordo di partnership con **Cibus** di Parma, che ha visto in cabina di regia l'ad **Luca Palermo**. La prima organizzata, secondo quanto risulta a **ItaliaOggi**, da **Antonio Cellie** ceo di **Fiere di Parma**. Infatti, se per questa edizione la comunicazione è affidata a **Fieramilano**, il resto dei professionisti milanesi attivi sull'evento sono già entrati nell'organico della fiera emiliana e riportano a **Cellie**. Che ha scelto di puntare su gdo e retail, elementi che hanno già caratterizzato **Cibus**. Tra gli eventi in fiera c'è, infatti, il ritorno di **Retail Plaza**: format con cui le grandi insegne della distribuzione italiana e mondiale interagiscono con le aziende e gli altri stakeholder in stretto dialogo. Confermata pure la collaborazione col **Retail Institute**. Tra i temi che verranno trattati in chiave di sostenibilità spiccano l'innovazione nelle catene di fornitura, le opportunità della trasformazione digitale, come il **metaverso**, o l'approccio «verde» nel retail.

L'edizione 2023 occuperà **7 padiglioni**, tutti già *sold-out*, e conterà oltre duemila brand provenienti da 42 paesi. Saranno più di 700 gli *hosted buyer* da 54 paesi: in particolare, da Europa, Nord America e Paesi del Golfo, oltre a migliaia di operatori professionali da tutto il mondo. Per settori, nell'evento fieristico hanno spazio: **Tuttogrocery**, **Tuttoseafood** e **Tuttofrozen**, **Tutto meat** e **Tuttodairy**.

Altra novità sarà il **Green Trail**, un percorso per scoprire i prodotti *green*, *plant-based*, *km zero*, ma anche salutistici e *free-from*, in tutti i settori.

Ma, l'agroalimentare è an-

che innovazione. E allora ecco **Evolution Plaza**: spazio dove saranno condivise le più recenti innovazioni delle tecnologie digitali riguardanti e-commerce, food delivery, app, tecnologie di supporto e blockchain. Su questi temi si confronteranno esperti di tecnologia, nuove applicazioni, soluzioni di ultima generazione in campo agroalimentare.

La **Start Up Area** sarà, invece, una vetrina in cui le realtà più giovani e dinamiche presenteranno i prodotti innovativi, creando e raccontando gli sviluppi della loro gamma in continua evoluzione. Prevista anche la presentazione di implementazioni di prodotti nuovi, oppure significativamente migliorati.

Il vino, prodotto simbolo del made in Italy e della **Dieta Mediterranea**, trova spazio nell'Enoteca a cura dell'**Unione Italiana Vini**, un'area dove sono in programma degustazioni, convegni e seminari per poter conoscere, riconoscere ed apprezzare al meglio la vite e alla viticoltura con un approccio nuovo improntato al networking, nell'ambito del settore **Tuttovino**.

Tuttofood è vetrina per i consorzi italiani dop e Igp e di collettive estere, che permetteranno un più incisivo approccio collaborativo di filiera. I consorzi italiani includono, tra gli altri: Aceto Balsamico di Modena, Finocchiona, Formaggio Gorgonzola, Formaggio Montasio, Mozzarella di Bufala Campana, Parmigiano Reggiano, Pecorino Romano, Pasta di Gragnano, Pecorino Toscano, Prosciutto Toscano mentre dall'estero saranno presenti Spagna, Paesi Bassi, Belgio, Germania, Grecia, Irlanda, Danimarca, Turchia e Usa. Ma anche Ecuador, Isole Faroe, Nuova Zelanda, Romania, Sri Lanka, Svezia, Svizzera, Taiwan, e Ungheria.

© Riproduzione riservata



Antonio Cellie

