

SPECIALE ALIMENTARE

A Milano il meglio dell'innovazione globale del cibo

Dall'8 all'11 maggio nei padiglioni di Fiera Milano torna Tuttofood. Al centro l'evoluzione sostenibile delle filiere, ma anche l'innovazione e la trasformazione digitale. Il settore cavalca la ripartenza dopo i mesi dei lockdown

ANDREA GARNERO
Milano

Il mondo dell'agroalimentare seduto alla stessa tavola per cercare soluzioni più innovative e sostenibili. Merito di Tuttofood, la fiera internazionale B2B in programma dall'8 all'11 maggio presso i padiglioni del quartiere Fieramilano di Rho. L'evento di riferimento non solo in Italia ma anche tra i primi in Europa per l'innovazione sostenibile nelle filiere: dalla grande distribuzione organizzata e retail ai negozi gourmet d'eccellenza, dai canali digitali al fuoricasa.

L'edizione 2023 torna con numeri da record: sette padiglioni tutti sold-out, oltre 2.500 brand provenienti da 45 Paesi incontrano più di 700 acquirenti di 54 Paesi, soprattutto da Europa, Nord America e Paesi del Golfo e migliaia di operatori professionali da tutto il mondo. Rappresentanze numerose in arrivo da Spagna, Paesi Bassi, Belgio, Germania, Grecia, Irlanda, Danimarca, Turchia e Stati Uniti. Numerosi an-

che i Paesi che portano per la prima volta i loro espositori, come Ecuador, Isole Faroe, Nuova Zelanda, Romania, Sri Lanka, Svezia, Taiwan e Ungheria. Tra i settori, spiccano per il particolare riscontro degli espositori Tuttofood, Tuttofood e Tuttofrozen. Top player e forte presenza estera anche nei settori Tuttomeat e Tuttodairy. Dati che sanciscono la forte ripresa del settore dopo lo stop imposto dall'epidemia di Covid-19 e che posizionano la fiera come punto di riferimento per il comparto alimentare nazionale e internazionale.

A Rho-Fieramilano si danno appuntamento produttori, distributori, negozianti, buyer e chef. Quattordici isole tematiche spaziano dall'olio al pesce, dalla pasta all'ortofrutta, passando per salutismo e digital: in ogni settore le tradizioni alimentari incontrano l'innovazione con soluzioni che guardano sempre di più verso la riduzione dell'impatto ambientale.

Tra gli eventi si evidenzia il ritorno di Retail Plaza by Tuttofood, un format unico in cui le grandi insegne della distribuzione italiana e mondiale interagiscono con le aziende e gli altri stakeholder in uno stretto dialogo difficilmente ottenibile in altri contesti. Confermata la collaborazione col Retail Institute che ha supportato Fiera Milano nell'individuazione dei temi più caldi del momento: tra questi spiccano l'innovazione nelle catene di fornitura, le

opportunità della trasformazione digitale (come il metaverso) o l'approccio Green Retail. Grande novità di quest'anno è proprio il Green Trail, un percorso identificato da una comunicazione dedicata, alla scoperta di prodotti green, plant-based, km zero ma anche salutistici e free-from, attraverso tutti i settori. Uno spazio dedicato soprattutto ai vegetali che, secondo le rilevazioni di Eurispes riferiti all'Italia nel 2022, sarebbero l'1,3% della popolazione, all'incirca 800mila persone.

Tuttofood è un gigantesco hub di condivisione, formazione e riflessione. Realizzata in collaborazione con Associazione italiana ambasciatori del gusto, la Taste Arena sarà un luogo in cui incontrare i grandi protagonisti della cucina ma anche l'inizio di un viaggio internazionale che mette assieme i sapori del mondo con la genuinità italiana alla ricerca di uno stile alimentare più consapevole, responsabile e sostenibile. Guide di questa esplorazione saranno gli ambasciatori Gianfranco Pascucci, patron di Pascucci al Porticciolo (Fiumicino); Giancarlo Perbellini, titolare di Casa Perbellini (Verona); Marco Sacco, titolare de Il Piccolo Lago (Verbania); Andrea Scarpati, patron di Sapori Restaurant (Leicester, Uk).

A sua volta, Evolution Plaza sarà il palcoscenico dove condividere le più recenti innovazioni delle tecnologie digitali riguardanti e-commerce, food delivery, app e tecnologie di

supporto. Su questi temi si confronteranno esperti di tecnologia, nuove applicazioni, soluzioni di ultima generazione in campo agroalimentare. La Startup area è invece una vetrina in cui le realtà più giovani e dinamiche presenteranno implementazioni di prodotti nuovi, oppure migliorati.

Un mercato, quello del food, che per l'Italia resta fondamentale: con un valore complessivo di oltre 570 miliardi di euro rappresenta, infatti, quasi un quarto del Pil nazionale. Secondo il rapporto Coldiretti presentato a novembre 2021, la filiera agroalimentare ha dimostrato una notevole capacità di resilienza, con un incremento del fatturato che accomuna agricoltura, industria e grande distribuzione. Anche i dati 2021 relativi alla ristorazione sono stati positivi. E sicuramente in crescita rispetto al 2020 negativo a causa di tutte le limitazioni legate alla pandemia da Covid. Il Made in Italy vede impegnati in tutta la filiera, dal campo alla tavola, circa 4 milioni di lavoratori in 740mila aziende agricole, 70mila industrie alimentari, oltre



Superficie 72 %

330mila realtà della ristorazione e 230mila punti vendita al dettaglio. Negli ultimi anni il nostro settore agricolo è stato soggetto a diversi processi d'innovazione e l'agricoltura è considerata una delle più green d'Europa.

Il food italiano piace non solo "in casa" anche all'estero. Tra i Paesi importatori, infatti, la Germania si classifica al primo posto con un incremento del 7% rispetto al 2020. Seguono

gli Stati Uniti con un +17% nel periodo gennaio-agosto 2021. Stabile al terzo posto la Francia con un +7%. Appena giù dal podio troviamo la Gran Bretagna dove però le vendite sono piuttosto ferme a causa delle difficoltà legate alla Brexit (procedure doganali, aumento dei costi di trasporto, maggiori controlli, ecc). Fra gli altri mercati che importano prodotti italiani si è registrata nel 2021 la crescita del 15% in quello russo (nonostante la guerra) e del

47% su quello cinese.

In ottica sostenibilità, Tuttofood 2023 dedica grande attenzione al tema della lotta allo spreco alimentare. Novità di quest'anno è l'autorevole partnership con la Fao, l'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura, che porterà il proprio contributo a diverse sessioni ed eventi, come quello di apertura a cui parteciperà il vicedirettore generale Fao, Maurizio Martina.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Cuochi, sommelier, pizzaioli, imprenditori del vasto settore agroalimentare, ma anche professionisti della grande distribuzione organizzata e buyer da almeno 54 Paesi riempiranno i padiglioni di Rho per l'edizione 2023 di Tuttofood / Fiera Milano

