

L'accordo con Colonia per lo sviluppo internazionale di Cibus e TuttoFood

Parma, capitale del cibo Obiettivo: le tavole del mondo

Fiere di Parma accelera sull'internazionalizzazione delle manifestazioni agro-alimentari e punta ad ampliare il portafoglio di eventi gestiti attraverso nuove acquisizioni e partnership. La società emiliana ha infatti stretto un accordo con Koelnmesse: il gruppo tedesco, uno dei principali attori del mercato fieristico nel mondo, si occuperà dello sviluppo internazionale sia di Cibus, la fiera organizzata insieme a Federalimentare, sia di Tuttofood, la cui gestione è passata a Parma alla luce dell'accordo stretto nel 2023 con Fiera Milano.

Con il supporto di Koelnmesse, «le due manifestazioni potranno contare su più visitatori ed espositori internazionali, anche grazie a una riprogrammazione dei calendari che armonizzerà Cibus, Tuttofood e Anuga, la fiera sul food and beverage di Koelnmesse. Cibus potrà consolidare il suo ruolo di facilitatore dello sviluppo dell'export dell'agroalimentare italiano, mentre Tuttofood nel giro di due edizioni vedrà crescere gli espositori esteri dall'attuale 10% ad almeno il 50%», spiega Antonio Cellie, amministratore delegato di Fiere di Parma. L'obiettivo del gruppo è guardare a un sistema di alleanze, nazionali e globali, che permetta al modello agroalimentare italiano ed europeo di consolidarsi come punto di riferimento per un consumo consapevole e sostenibile. «I nostri eventi forniscono un'esperienza non solo fieristica, ma anche educativa, per accompagnare i mercati, anche lontani, verso il nostro modello alimentare», prosegue Cellie.

Il prossimo appuntamento con Cibus sarà dal 7 al 10 maggio. «Si tratta di un evento sempre più importante per l'agroalimentare italiano e i suoi territori — racconta il numero uno di Fiere di Parma —. La manifestazione quest'anno supererà l'edizione del 2022 per numero di espositori, con oltre duemila aziende, e per la presenza di buyer della grande distribuzione italiana e internazionale, a oggi più di mille già registrati provenienti da mercati come Stati Uniti, Germania, Spagna, Francia, Regno Unito e Medio Oriente. Il

2024 segnerà anche il ritorno della Cina, il grande assente durante la pandemia». La manifestazione si articolerà in otto padiglioni, su una superficie espositiva di 120 mila metri quadrati, e vedrà in scena le principali aziende dei diversi settori: pasta, rossi, olii e condimenti, latticini, salumi, surgelati, ortofrutta, integratori.

Reduce da un esercizio 2023 archiviato con un fatturato di 40 milioni, Fiere di Parma è al lavoro anche per il rafforzamento dell'offerta legata al mondo dell'antiquariato, presidiata con Mercanteinfiera, Mia Photo Fair, Gotha e con il portale AnticoAntico. «Dal 2023 Automotoretrò si è trasferito nel nostro quartiere, andando in scena in concomitanza con l'edizione primavera di Mercanteinfiera — ricorda Cellie —. Ora stiamo cercando una realtà nell'area "landscape design" in modo da collocare un altro evento di rilievo a Mercante Autunno». Altre operazioni potrebbero riguardare Cibus e Tuttofood, sempre in Italia, mentre nel segmento del «plen air» la società ha rinnovato per cinque anni l'accordo con Apc-Associazione Produttori Camper per l'organizzazione del Salone del Camper. «Il 2024 sarà anche l'anno di riposizionamento di Flor-mart e TheGreenItaly, una mostra-convegno per creare un momento di confronto sul ruolo del florovivaismo made in Italy nel processo di transizione verso gli obiettivi dell'Agenda 2030», dice il ceo di Fiere di Parma.

La politica di crescita per vie esterne potrà essere sostenuta da una disponibilità finanziaria «che nel 2024 raggiungerà i 30 milioni di euro. Risorse garantite da una strategia basata da una buona gestione, nonché da scelte lungimiranti che ci hanno messo al riparo, ad esempio, dal boom dei costi energetici rendendoci carbon neutral dal 2011: da 12 anni Fiere di Parma produce ogni ora 7,3 megawatt di energia pulita, che supereranno i 10 nel 2024, grazie all'installazione di altri impianti fotovoltaici di ultima generazione», conclude Cellie.

A. Sal.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Programmi

Antonio Cellie, amministratore delegato di Fiere di Parma. Nel 2023 l'ente ha fatturato 40 milioni di euro. Ora il gruppo vuole spingersi di più oltre frontiera. Dal cibo all'antiquariato, dai fiori al turismo un ricco carnet di venti

