

Data Stampa 6901 - Data Stampa 6901  
**DOSSIER ECCELLENZE**  
Data Stampa 6901 - Data Stampa 6901

**A RHO FIERA MILANO DALL'11 AL 14 MAGGIO**

# Al via Tuttofood che ora presenta il Manifesto internazionale del cibo

L'Italia si candida a guidare le filiere globali. Lollobrigida: «I dati dell'export agroalimentare arrivano a 72,4 miliardi»

**850** mila

I metri quadrati della superficie espositiva, vale a dire il 15% in più rispetto all'edizione 2025

**10**

I padiglioni e 10 le aree tematiche; 100.000 i visitatori previsti da Italia ed estero per oltre 200 Convegni ufficiali

## Vittoria Grosser

■ L'Italia si candida a guidare le filiere globali del food verso un sistema più sostenibile, più inclusivo, più sicuro e trasparente con una prospettiva che sia focalizzata su un accesso universale e consapevole al cibo inteso come valore e non semplice merce, come bene primario per il benessere individuale e sociale, come strumento culturale per un dialogo universale: è il Food Manifesto, presentato ieri al ministero dell'Agricoltura e Sovranità alimentare, nel corso della conferenza stampa dedicata all'edizione 2026 di Tuttofood Milano. Un vero e proprio Manifesto d'indirizzo per la community mondiale del cibo che Fiere di Parma, anche alla luce del riconoscimento Unesco alla Cucina Italiana, è pronta a divulgare e condividere con i protagonisti internazionali del Food&Beverage che affolleranno i padiglioni di Rho Fiera Milano dall'11 al 14 maggio. Oltre 200 eventi di altissimo livello in 4 giorni, 80 Paesi presenti, rappresentati da decine di Tpo (Promo-

zione Commerciale Organisation) e dalle rispettive aziende leader, oltre 4.000 top buyers provenienti da tutto il mondo, molti dei quali gestiti dall'incoming program di Ice Agenzia, un ricco Fuori Salone pensato insieme alle istituzioni e alle imprese, una collaborazione tra Fiere di Parma e Fiera Milano che ha posizionato, in sole due edizioni, Tuttofood tra le prime fiere di settore al mondo. Forti della collaborazione di Fiera Colonia che ha messo a disposizione la piattaforma di competenze e relazioni di Anuga. «Tuttofood si pone così l'obiettivo strategico di affermarsi come il primo hub fieristico per il sistema agroalimentare globale - ha sottolineato Franco Mosconi, presidente Fiere di Parma - grazie alla sua capacità di attrarre e connettere le filiere dell'agribusiness italiane ed estere». «Le performance dell'export italiano - ha aggiunto Antonio Cellie, Ceo di Fiere di Parma, - sono un esempio per le filiere di tutto il mondo; mangiare meglio non significa solo alzare la qualità intrinseca del

cibo ma rispettare l'ambiente, i territori e se stessi. E l'Italia a livello globale è diventata una "destinazione" per i foodies e i professionisti del settore; per lo stesso motivo Tuttofood in sole due edizioni ha raddoppiato le sue dimensioni triplicando il numero di espositori esteri». «Il cibo di domani dipende solo dalle nostre scelte di oggi. Non potevamo limitarci a presentare il patrimonio agroalimentare solo in ambito negoziale. - ha spiegato il manager che da 17 anni guida Fiere di Parma. In questo panorama globale drammatico vogliamo responsabilizzare il mondo, facendo fare un salto di qualità all'appuntamento fieristico che da luogo di business diviene architetto delle scelte strategiche del food system. Contro la Paura del Cibo serve una nuova grammatica che valorizzi la trasparenza delle filiere, la sicurezza alimentare, l'etica del lavoro e la salute a tavola. Valori concreti, misurabili. Già 40 anni fa Slow Food ha aperto la via del "cibo buono, pulito", noi - come Fiere di Parma e Federalimentare -



ci impegnamo a realizzarlo creando una rinnovata alleanza tra l'industria alimentare e le persone che consumano cibo. E il Masaf si è fatto parte di questo processo». Realizzato con il supporto di numerose istituzioni tra cui il Future Food Institute e sostenuto dalle principali organizzazioni internazionali dell'agroalimentare, il progetto ha l'ambizione di coinvolgere tutti gli stakeholder a livello internazionale verso una visione condivisa e sostenibile relativa al Futuro del Cibo. Una piattaforma, anche operativa, sulla quale costruire e aggiornare i rapporti tra gli attori della filiera al fine di soddisfare e tutelare la domanda di Cibo salvaguardando e valorizzando tutti i soggetti coinvolti. Da un consumatore che potrà e dovrà curarsi innanzitutto mangiando, a territorio che sapranno uscire da una economia di sussistenza fino a imprese che vorranno capitalizzare gli investimenti. «I dati dell'export agroalimentare sono eccezionali, arriviamo a 72,4 miliardi, una cifra record mai stata raggiunta prima ma che cresce anche grazie ad eventi internazionali come questi, dove riusciamo a creare vere e proprie vetrine nelle quali esporre i nostri gioielli acquistati da operatori e buyer provenienti da tutto il pianeta. Questo rafforza le filiere produttive, premiando anche il produttore Primario» ha detto il ministro dell'Agricoltura, Francesco Lollobrigida, a margine della presentazione al Masaf. «Tuttofood è un evento consolidato come il nostro sistema produttivo - ha precisato Lollobrigida - che basandosi sulla qualità dell'offerta, riesce a resistere anche in momenti critici come quelli che viviamo». Il ministro ha poi ricordato che «il nostro export è comunque cresciuto per il grande interesse che c'è sempre stato rispetto alla qualità italiana aumentata

notevolmente negli ultimi anni. Non a caso abbiamo ottenuto, grazie all'impegno del nostro sistema produttivo e al nostro governo, la cucina italiana patrimonio dell'Unesco, un ulteriore salto di qualità dell'attenzione rispetto al nostro modello produttivo».

«L'agroalimentare rappresenta un sistema di filiere che hanno un forte impatto sull'economia nazionale. Con Fiere di Parma stiamo svolgendo un lavoro significativo volto all'innovazione e capacità di attrazione di imprese e buyer di qualità sempre maggiore. Come ICE, abbiamo rafforzato il nostro impegno raddoppiando le attività di incoming e sostenendo roadshow e business matching internazionali. Azioni che si rivelano sempre più strategiche alla luce di criticità come dazi, oscillazioni euro-dollaro e tensioni geopolitiche che stanno particolarmente incidendo su alcuni mercati come il Medio Oriente» ha detto il presidente di Ice, Matteo Zoppas. «E dunque fondamentale - ha aggiunto - intensificare gli sforzi promozionali aiutando le imprese a cogliere nuove opportunità in mercati emergenti come Mercosur e India, puntando sempre più sul prodotto italiano specializzato. Accanto alla promozione diretta assume grande valore quella indiretta. Il riconoscimento della cucina italiana come patrimonio immateriale dell'Unesco, per esempio, rappresenta un importante elemento di soft power per rafforzare l'immagine e la competitività del Made in Italy nel mondo. ICE è vicina alle imprese per sviluppare progetti e iniziative concrete a supporto della loro crescita internazionale nel solco della Diplomazia della crescita promossa dal ministero degli Esteri e del lavoro del Ministero dell'agricoltura che sta dando molta importanza all'opportunità internazionale del comparto agroalimentare».



**TAVOLA ROTONDA**  
Sopra e accanto la conferenza di Tuttofood, da sinistra: Franco Mosconi, presidente Fiere di Parma, il ministro dell'Agricoltura, Francesco Lollobrigida, il Ceo di Fiere di Parma, Antonio Cellie e Dirk Jacobs, direttore generale di Food & Drink Europe

