

A Tuttofood 4mila buyer. Sauditi e algerini danno forfait

DI EMANUELE SCARCI

Tuttofood a rischio guerra in Iran? «Assolutamente no, tranne che non si scateni l'inferno», ha detto ieri **Antonio Cellie**, cco di **Fiere di Parma** (partner di **Fiera Milano**), durante la presentazione del salone internazionale del cibo. «Abbiamo investito ulteriori tre mln di euro, a metà con l'Ice, per indurre i buyer a superare le difficoltà connesse al trasferimento in Italia. Muoversi, soprattutto con gli aerei, è molto complicato, ma attualmente non abbiamo nessuna defezione rispetto agli oltre quattromila buyer che aspettiamo». Per i problemi logistici, Fiera Milano ha inviato esperti sul posto per risolvere i problemi di trasporto. Si sono comunque liberati duemila metri quadri da espositori dall'Arabia Saudita e dell'Algeria impossibilitati a portare le merci a Milano, ma subito occupati da altri operatori dell'Est Europa. Tuttofood Milano si svolgerà dall'11 al 14 maggio a Rho Fiera, con dieci padiglioni e 85 mila mq netti pronti (+15%) ad accogliere circa cinquemila espositori (+20%), quattromila buyer (+33%) e oltre 100mila visitatori professionali provenienti da 80 Paesi. Il continente più rappresentato è quello europeo con il 42% seguito da Nord America (21%), Far east e Asean (15%), America Latina (9%), Middle east (6%) e tutti gli altri paesi (7%). Tra i vari convegni, il giorno dell'inaugurazione si terrà il **Forum internazionale della cucina italiana**, col sostegno del ministero dell'agricoltura, durante il quale verrà presentato il **Food Manifesto**, carta dei valori del futuro del cibo ideata per guidare il futuro dell'agroalimentare verso un sistema più sostenibile, inclusivo e consapevole. «Non si tratta di una mano di vernice», ha detto Cellie, «ma di una piattaforma operativa per la community mondiale del cibo a cui chiederemo di condividere e sottoscrivere per i prossimi anni». Infine, da quest'anno Tuttofood diventerà la fiera del cibo degli anni pari alternandosi con la "cugina" **Cibus**, rivolta a espositori italiani. Il riaggiustamento del calendario permetterà a Tuttofood (con focus sugli espositori internazionali) di alternarsi, a sua volta, con l'**Anuga** di Colonia (anni dispari), partner di Fiere di Parma, e competere più direttamente con la biennale **Sial Paris**.

© Riproduzione riservata

