

PARTE TUTTOFOOD

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

# La cucina italiana modello di eccellenza dell'agroalimentare

Dall'11 maggio a Rho Fiera di Milano la manifestazione promossa da Fiere di Parma dedicata al cibo mondiale

## NUMERI RECORD

A Rho Fiera 10 padiglioni e 85mila metri quadri accoglieranno 5mila espositori e 4mila top buyer da oltre 80 Paesi

## FORUM DELLA CUCINA

La manifestazione ospiterà il Forum Internazionale della cucina italiana realizzato in collaborazione con il Masaf

## FOOD MANIFESTO

L'ad di Fiere di Parma, Antonio Cellie, presenterà la Carta dei valori del futuro del cibo dedicata al Made in Italy

### LUIGI MERANO

■ Dall'11 al 14 maggio 2026 torna TUTTOFOOD Milano nel quartiere fieristico milanese di Rho Fiera, con 10 padiglioni e 85mila metri quadri sold out pronti ad accogliere circa 5.000 espositori, 4.000 top buyer e oltre 100mila visitatori professionali da 80 Paesi, a dispetto dei rischi che una situazione geopolitica incandescente non smette di creare.

Numeri che corrispondono a crescita a doppia cifra rispetto all'edizione 2025: +15% di superficie espositiva netta, +20% di espositori, +20% TPO (Trade Promotion Organisation), +33% buyer. Il Continente più rappresentato è quello europeo per il 42% mentre il restante 58% si suddivide tra America Latina (9%), Far East e Asean (15%), Middle East (6%), Nord America (21%) e un 7% Resto del Mondo. Attese delegazioni particolarmente

nutrite da Giappone, Corea del Sud, Canada e Sud America.

In sole due edizioni la manifestazione milanese, ridisegnata da Fiere di Parma come evento globale in grado di richiamare da tutte le latitudini il meglio delle filiere internazionali del cibo, ha assunto lo status di place to be per operatori, TPO, industrie, distributori, istituzioni che a livello mondiale operano nell'ambito del cibo. Lo aveva riconosciuto lo stesso Ministro Francesco Lollobrigida a Roma lo scorso 17 marzo alla presentazione istituzionale dell'edizione 2026, definendo la manifestazione «strategica per il Sistema Italia e per il Sistema Europa... per presentare il meglio del Made in Italy a operatori e buyer provenienti da tutto il mondo». Ministro che ora, in un video messaggio, ha ribadito l'importanza della manifestazione come promotrice di un modello

alimentare e culturale di valore, quello italiano, da raccontare a tutto il mondo, dando appuntamento al Forum Internazionale della Cucina Italiana, che per la sua prima edizione ha scelto TUTTOFOOD.

In una visita ideale a TUTTOFOOD 2026, si potrà passare dai Dairy Products del pad. 1, attraverso Meat, Proteins & Cured Meat del Pad 3 e parte del 4, al Grocery dei pad. 7, 5, 10 e poi nel 6 che ospita la Italian Specialty Selection e la Mixology Experience, area che annovera i grandi produttori di acque, soft drink e bevande alcoliche, proponendone nuove modalità di offerta e presentazione ispirate al concetto di beverage pairing.

Continuando con il Deli, Frozen & SeaFood ai pad. 2 e 4, dove troviamo anche Tutto Fruit & Veg, area del fresco che racconta le traiettorie evolutive dei prodotti ortofrutticoli freschi e processati, chiuden-



do con Bakery & Snacks al pad. 8 e Confectionary & Coffee al Pad. 12.

Espositori italiani e internazionali saranno affiancati nei diversi padiglioni per favorire l'interazione tra mercati e rendere più immediata soprattutto per i buyer, organizzati nell'importante Buyer's Program di ICE -Agenzia, l'esplorazione dell'intera offerta. A disposizione dei buyer anche Store Tour guidati con itinerari tematici alla scoperta di retailer e catene di ristorazione italiani.

Matteo Zoppas, Presidente ICE-Agenzia, in un videomesaggio ha dichiarato: «Il settore agroalimentare è da sempre una categoria strategica per il Made in Italy. TUTTOFOOD rappresenta una fiera di riferimento a livello mondiale e, proprio in questo momento in cui si registrano segnali al tempo stesso di potenzialità e di criticità, è fondamentale accelerare e rafforzare la nostra presenza, continuando a supportare il comparto con tutte le attività che portiamo avanti in Italia e sui mercati internazionali. In particolare nei mercati ad alto potenziale individuati nel Piano per l'Export, come il Sud America e l'area Mercosur, che si confermano direttrici sempre più rilevanti per la crescita delle nostre imprese».

Tra i Convegni, di grande rilievo il già ricordato Forum Internazionale della Cucina Italiana, in programma nel pomeriggio della prima giornata di manifestazione, ideato da Silvia Sassone, membro del Comitato scientifico per la candidatura, con il contributo di

Maddalena Fossati, in qualità di Presidente del Comitato Promotore della Candidatura, e realizzato in collaborazione e con il sostegno del MASAF - Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste.

In occasione del Forum, l'AD Fiere di Parma Antonio Cellie presenterà ufficialmente a espositori e visitatori il Food Manifesto, Carta dei Valori del futuro del Cibo, che si ispira proprio al complesso di valori che permeano il nostro Made in Italy Agroalimentare e che si traducono nella nostra cucina oggi celebrata a livello universale. Un vero e proprio Manifesto d'indirizzo per la community mondiale del cibo che Fiere di Parma chiederà di condividere e sottoscrivere come piattaforma operativa per i prossimi anni ai protagonisti internazionali del Food&Beverage che affolleranno i padiglioni di Rho Fiera Milano.

«Negli ultimi 5 anni tensioni geopolitiche, crisi climatiche ormai strutturali, problemi energetici, materie prime a rischio, costi fuori controllo, hanno messo in discussione anche produzione e accesso al cibo, elemento cruciale non solo in termini di sussistenza, ma di salute collettiva, coesione sociale, economica e ambientale - ha affermato Cellie -. È arrivato il momento di fare scelte radicali e affrontare il futuro del cibo con senso di responsabilità. Pensiamo che nella nostra visione internazionale di TUTTOFOOD la manifestazione sia il luogo giusto da cui lanciare un messaggio senza confini, non ideologico,

ma programmatico e concreto coinvolgendo tutti gli attori della filiera che qui si ritrovano, arrivando da tutto il mondo, consapevoli che ormai il Cibo non è solo una merce ma anche un Valore».

Proprio a un segmento molto significativo a livello europeo della nostra industria alimentare è dedicato il Convegno The Sourcing Challenge - Global Milk Base Outlook che si focalizza sull'importanza di un corretto food sourcing come chiave strategica del settore dairy, organizzato da EDA (European Dairy Association) e Assolatte, in collaborazione con Fiere di Parma.

In programma anche l'evento Europe's Brand Future: Innovation, Trust, and Prosperity, convegno di Centromarca e AIM (Associazione Europea Industrie di Marca), che vede l'intervento del Direttore Generale Michelle Gibbons. Un'occasione per delineare scenari futuri, condividere priorità e individuare azioni concrete a supporto della competitività dell'industria di Marca.

Tutte conferme del prestigio internazionale assunto dalla manifestazione, al punto da ospitare la prima storica edizione di FrePRE - Fresh & Produce Retail European, Osservatorio europeo che, attraverso un'indagine Toluna su panel di consumo europei, censisce il gradimento dei clienti finali verso i tre reparti tradizionali del fresco quotidiano: l'ortofrutta, salumi e formaggi, gastronomia. In collaborazione con Agroter.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Maddalena Fossati, Direttore de La Cucina Italiana, e Antonio Cellie, Amministratore delegato di Fiere di Parma, durante la presentazione a Milano di Tuttofood 2026