

CON IL FOOD MANIFESTO ALLA FIERA DI MILANO IL GUSTO FA SOLD OUT

Dall'11 maggio torna Tuttofood, l'evento b2b del settore agroalimentare, con spazi in aumento del 15% (ed esauriti) sul 2025
Tra le novità: la carta dei valori del cibo del futuro e gli itinerari alla scoperta dei retailer e delle catene di ristorazione italiana

Cellie, ceo di Fiere di Parma, che organizza la manifestazione: il cibo non è più una merce, ma un valore culturale, sociale ed economico

Il fatturato dell'industria tocca i 204 miliardi, l'export vale quasi 60. Zoppas, Ice-Agenzia: «Un'area strategica del made in Italy»

di IRENE CONSIGLIERE

Ammonta a 204 miliardi di euro il fatturato dell'industria agroalimentare, conta 52mila imprese e 470mila addetti totali, mentre l'export vale 59,2 miliardi di euro e l'import 36,6 miliardi secondo quanto rileva Federalimentare, la federazione italiana dell'Industria alimentare. Sono alcuni dei numeri incoraggianti con cui tornerà dall'11 al 14 maggio 2026, nel quartiere fieristico milanese di Rho Fiera, Tuttofood Milano, con dieci padiglioni e 85 mila metri quadri pronti ad accogliere cinquemila espositori, quattromila top buyer, dieci aree tematiche e oltre centomila visitatori professionali da 80 Paesi.

Numeri positivi

Le prospettive per la riuscita della fiera ci sono tutte. Nonostante la situazione geopolitica mondiale lo spazio espositivo, che rispetto al 2025 è cresciuto del 15%, è andato sold out già un mese e mezzo fa. Sono aumentati del 20% gli espositori e del 33% i buyer. Il 42% dei presenti proviene dall'Europa, mentre il restante 58% se lo spartiscono America Latina (9%), Far East e Asia (15%), Middle East (6%), Nord America

(21%) e un 7% dal resto del mondo. Sono attesi inoltre numerosi clienti dal Giappone, Corea del Sud, Canada e Sud America. «In due edizioni Tuttofood è diventata un *place to be* globale per il food. Oggi non vediamo più il cibo come semplice merce, ma come valore culturale, sociale ed economico», ha spiegato Antonio Cellie, amministratore delegato di Fiere di Parma (che organizza la manifestazione), che ha inoltre annunciato la presentazione del «Food Manifesto», una carta dei valori del futuro del cibo, nata per dare forma a una nuova cultura del cibo, più giusta, più trasparente, più rigenerativa, più umana. La carta sarà lanciata durante la manifestazione come piattaforma condivisa per gli operatori internazionali del settore, ed è realizzata dal Future Food Institute insieme a Fiere di Parma.

Ma veniamo ai temi centrali della fiera. «Resta un'attenzione crescente ai prodotti "free from", vale a dire senza lattosio, senza glutine o altri ingredienti che possono causare allergie, intolleranze o vengono evitati per scelte personali, e ai prodotti vegani e vegetariani», sottolinea Cellie.

Il primo padiglione sarà dedicato ai Dairy Products per poi passare al Meat, Proteins & Cured Meat al Padiglione 3 e parte del 4, al Grocery dei

padiglioni 7, 5, 10 e poi nel 6 ci sarà la Italian Specialty Selection e la Mixology Experience, area che annovera i grandi produttori di acque, soft drink e bevande alcoliche. Nel 2 e nel 4 saranno ospitati il Deli, Frozen & SeaFood, dove sarà possibile trovare anche Tutto Fruit & Veg, area del fresco che racconta le traiettorie evolutive dei prodotti ortofrutticoli freschi e processati, chiudendo con Bakery & Snacks al padiglione 8 e Confectionary & Coffee al padiglione 12.

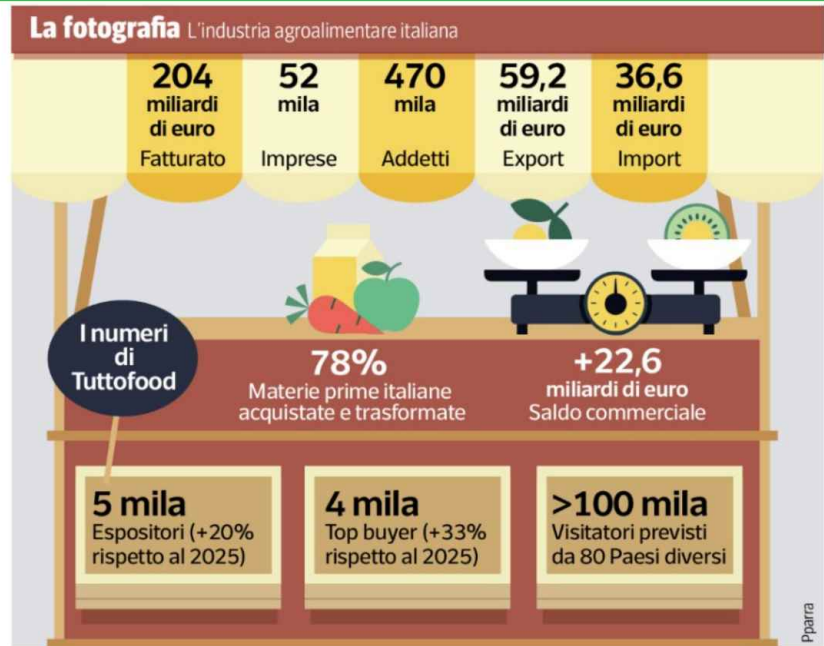
Gli espositori italiani e internazionali saranno affiancati nei diversi padiglioni per favorire l'interazione tra mercati e rendere più immediata soprattutto per i buyer la possibilità di visitare l'intero salone. Proprio per loro ci saranno anche Store tour guidati con itinerari tematici alla scoperta di retailer e catene di ristorazione italiani. «Il settore agroalimentare è da sempre una categoria



strategica per il made in Italy. Tuttofood è 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 attraverso le attività che portiamo avanti in Italia e sui mercati internazionali — ha detto Matteo Zoppas, presidente dell'ICE-Agenzia —. 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. La collaborazione con Fiere di Parma rappresenta un elemento chiave di questo successo: insieme lavoriamo per rafforzare il posizionamento internazionale delle imprese e per creare nuove opportunità di business».

In programma ci sono oltre 200 convegni e sei cerimonie di premiazione. Durante la giornata inaugurale si terrà il Forum Internazionale della Cucina Italiana, voluto dal Masaf e ideato da Silvia Sassone, membro del Comitato scientifico per la candidatura, con Maddalena Fossati, in qualità di presidente del comitato promotore per la candidatura. Sarà l'occasione giusta per divulgare il nostro modello alimentare e il suo valore.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



● **L'evento**

Da lunedì 11 a giovedì 14 maggio torna Tuttofood, la fiera b2b di riferimento per tutto il sistema agroalimentare. Appuntamento a Rho Fiera, con 10 padiglioni disposti su 85 mila metri quadrati che accoglieranno cinquemila espositori e quattromila top buyer. Sono previsti più di 200 convegni oltre al Forum Internazionale della Cucina Italiana, proclamata Patrimonio dell'Umanità Unesco.



Piattaforma Antonio Cellie è ceo di Fiere di Parma, che organizza Tuttofood alla Fiera di Rho a Milano