

Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

**Dossier**  
Data Stampa 6901-Data Stampa 6901

## Economia del Food

# TuttoFood e Cibus, due fiere che cresceranno in sinergia



**L'ad Cellie: «L'evento milanese in due anni è passato da 50mila a 80mila mq toccando i 4mila espositori»**

### La manifestazione

Vetrina del made in Italy  
**Giorgio dell'Orefice**

Si è a lungo temuto che Cibus e TuttoFood, le due principali manifestazioni italiane dedicate all'industria alimentare, potessero cannibalizzarsi o quanto meno sovrapporsi. Al secondo anno di gestione di TuttoFood da parte di Fiere di Parma, la società che insieme con Federalimentare ha creato Cibus, «siamo arrivati non solo ad assicurare una loro coesistenza ma una robusta crescita comune grazie ad un percorso di sviluppo diversificato e integrato per entrambe le manifestazioni». Ne è convinto il ceo di Fiere di Parma, Antonio Cellie.

È prima di tutto questo il risultato di una operazione di sistema, pensata e realizzata da Fiere di Parma e Fiera Milano a partire dal 2023, nell'ambito della quale a fronte dell'acquisizione di TuttoFood da parte di Fiere di Parma, Fiera Milano è entrata nel capitale della società ducale diventandone il secondo azionista privato dopo Credit Agricole. «La nostra è stata la prima e per ora unica operazione di capitale rilevante tra soggetti fieristici nazionali – spiega Cellie – che dimostra concretamente le potenzialità di alleanze tra operatori nazionali su progetti e filiere specifiche in ottica di sviluppo internazionale. È un modello di consolidamento che abbiamo sperimentato con successo dal 2015 anche con Fiere Colonia prima su CibusTec e AnugaFoodTec e adesso anche con TuttoFood che, grazie alla location Milano e il supporto di Colonia, trova proprio nella sua proiezione prevalentemente internazionale sul fronte espositivo

il proprio posizionamento distintivo rispetto a Cibus che è, da 40 anni, la fiera “manifesto” del made in Italy agroalimentare. Entrambe le nostre fiere food&beverage però mantengono un profilo più qualitativo che quantitativo, ovvero l'obiettivo di creare eventi fieristici leggibili e immersivi per i visitatori che, preparando la visita attraverso la nostra piattaforma online o girando per i padiglioni, possono trovare agevolmente i prodotti più adatti e innovativi per aggiornare i loro assortimenti o menù».

In entrambe le manifestazioni un ruolo chiave è svolto con i prodotti Dop e Igp, da sempre presenti a Cibus e ora anche a TuttoFood, con la presenza di Arepo, la rete delle Ige europee.

«TuttoFood prosegue Cellie – sta diventando la vetrina globale del cibo di qualità così come Cibus lo è del made in Italy agroalimentare. Fiere dedicate ai buyers più evoluti, espressione sia del retail che della ristorazione, e che hanno compreso come il cibo non sia solo merce con un valore economico ma progetto culturale in grado di garantire giustizia, sostenibilità e longevità condivisa».

TuttoFood è giunta alla seconda edizione sotto la gestione di Fiere di Parma. «All'inizio – ha aggiunto il ceo di Fiere di Parma – occupava una superficie netta di circa 50mila metri quadrati. Quest'anno supererà gli 80mila. Abbiamo quasi raddoppiato le superfici, ma soprattutto abbiamo quadruplicato il numero degli espositori esteri. Tutti, sottolineo, selezionati. Sono presenti quasi 5mila marchi tra collettive e stand individuali, che al 30% provengono dall'estero. Aggiungo che il nostro obiettivo, da raggiungere entro il 2030, è arrivare a una percentuale di espositori stranieri del 50 per cento».

Anche le alleanze di TuttoFood in chiave internazionale sono un ulteriore aspetto che la distinguono da Cibus: «Fiere di Parma e Federalimentare insieme – sottoli-

nea Cellie – inventarono 40 anni fa Cibus, manifestazione che negli anni si è rivelata un booster delle nostre esportazioni ed è diventata una piattaforma esperienziale di alfabetizzazione per i buyers di tutto il mondo. D'altro canto, Parma nel raggio di pochi km vede concentrato il 90% della produzione Dop Igp e moltissime aziende leader del food made in Italy e partnership rilevanti con Assolatte, Centromarca, Coldiretti e Confagricoltura. Uno schema replicato ora con TuttoFood che ha stretto legami con Food&Drink Europe, Eda (European Dairy Association), Arepo, Aim (Association des Industries de Marque), Copa-Cogeca».

Fin qui l'identikit delle due manifestazioni clou per il made in Italy alimentare che ora stanno impostando un percorso di sviluppo sinergico. «La combinazione tra Cibus -anni dispari e TuttoFood -anni pari unitamente a European Pizza Show a Londra e RomaBarShow – conclude Cellie – ci proietta tra i principali organizzatori di manifestazioni fieristiche dedicate al mondo del food&beverage consentendoci di competere alla pari con gli storici leader ovvero Gulfood a Dubai, Anuga di Colonia e Sial di Parigi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**ANTONIO CELLIE**  
Amministratore delegato di Fiere di Parma

