

Tuttofood triplica gli espositori stranieri

Da domani a Rho. Cellie (Fiere di Parma): cresce la domanda dal Giappone

L'internazionalizzazione accelera e Tuttofood 2026, che apre domani le porte a Rho Fiera Milano, punta a giocare nel campionato delle grandi manifestazioni globali del food & beverage. Nonostante il periodo geopolitico complesso, la fiera (alla seconda edizione organizzata da Fiere di Parma), conferma le stime di crescita del 20% (sul 2025) degli espositori internazionali, che rappresentano ormai il 30% del totale. «In due edizioni si è passati da 500 a 1.500 espositori provenienti da 80 Paesi», ha spiegato Antonio Cellie, amministratore delegato di Fiere di Parma. «Abbiamo tutte le geografie più rappresentative del food mondiale». Nonostante il conflitto in Medio Oriente l'area Mena (Middle East and North Africa) continua «a investire molto nel food, ma alcuni operatori hanno avuto merci bloccate in dogana e parte delle aziende arriveranno più come visitatrici che come espositrici. Sono state però mantenute le relazioni ed è un'ottima premessa per l'edizione del 2028» per la quale cresce già l'attenzione per i pre-accreditati. «Abbiamo 40 anni di esperienza con Cibus e puntiamo a creare relazioni costruttive puntando sulla coprogettazione e cogestione».

A trainare la manifestazione che conta 5 mila marchi e 100mila visitatori attesi, sono soprattutto Euro-

pa, Asia e Stati Uniti. «L'Europa resta il nostro primo mercato: oltre il 57% dell'export agroalimentare italiano (escludendo Uk) è diretto lì. Ma dopo il Covid abbiamo accelerato anche in quote di mercato. Particolarmente dinamica l'Asia. «Sta crescendo molto, trainata soprattutto dal Giappone, mentre la Cina continua a essere più difficile da penetrare per via dei dazi e di un certo sovranismo alimentare». A garantire l'arrivo dei buyer, fondamentale anche il lavoro con Ice Agenzia: «Insieme a Fiere di Parma sono stati investiti 6 milioni (3 milioni Ice e 3 milioni Fiere di Parma, ndr) per facilitare il loro arrivo». Tra i buyer presenti figurano colossi della distribuzione come Walmart, Whole Foods, Carrefour, Aeon, Loblaw ed Emart. Complessivamente saranno 4 mila i top buyer internazionali presenti.

Riconoscimenti arrivano anche da sigle internazionali rappresentative delle più importanti filiere del food & beverage a conferma della percezione di fiera globale del food, in grado di competere alla pari con storici leader mondiali. Intanto per l'apertura della fiera «c'è grande attesa. L'Italia è diventata un laboratorio dell'innovazione sia di prodotti sia nella somministrazione di cibo e bevande».

Emily Capozucca

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Antonio Cellie, ceo di Fiere di Parma al secondo anno della gestione di Tuttofood. A partire dal 2026 la fiera si svolgerà ufficialmente negli anni pari

