



**FOODAFFAIRS.IT,  
QUANDO IL  
FOOD È...  
COMUNICAZIONE  
SOSTENIBILITÀ  
INFLUENCER  
MEDIA  
MARKETING  
PROMOZIONE  
PUBBLICITÀ  
PACK TREND  
TECH GDO**

HOME

FOOD TREND

FOOD INFLUENCER &  
BLOGGER

FOOD & SOSTENIBILITÀ

-----  
NEWSLETTER

CHI SIAMO

PUBBLICITÀ &  
PARTNERSHIP

CONTATTI

PRIVACY



HOME / 2021 / LUGLIO / 8  
/ ICE E TUTTOFOOD RAFFORZANO LA PARTNERSHIP PUNTANDO  
SULL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

# ICE E TUTTOFOOD RAFFORZANO LA PARTNERSHIP PUNTANDO SULL'INTERNAZIONALIZZA

PUBLISHED ON 8 LUGLIO 2021 BY FOODAFFAIRS.IT



**Già organizzate due missioni in digitale, una per gli USA e una per il Canada, completate da sessioni di matchmaking  
Un percorso strutturato verso la manifestazione ad ottobre, che si terrà in presenza – grazie a un attento protocollo di sicurezza – in co-location con HostMilano**

Dopo la resilienza dimostrata durante oltre un anno di pandemia, l'agroalimentare affronta oggi la sfida di consolidare i risultati ottenuti. La chiave per continuare a crescere è l'internazionalizzazione: perché solo in una dimensione autenticamente planetaria il settore può trovare, oltre agli spazi per una crescita quantitativa, anche un contesto che alimenti l'innovazione confrontandosi con le migliori esperienze di tutto il mondo.

Un impegno che nella food industry non può contare solo sul prestigio del Made in Italy: deve mettere a sistema gli attori delle filiere, le istituzioni e le fiere quali strumenti di politica industriale. Ecco perché TUTTOFOOD, che fin dalla prima edizione ha nel suo Dna l'innovazione e l'apertura verso i mercati mondiali, ha rafforzato ulteriormente in questi mesi la già stretta collaborazione con ICE/ITA Agenzia, mettendo in campo nuove soluzioni che valorizzano le potenzialità della trasformazione digitale.

In questi mesi il continuo supporto di ICE alla manifestazione si è tradotto in azioni puntuali lungo il percorso verso la fiera in presenza, a **fieramilano** dal 22 al 26 ottobre prossimi. "ICE ha costruito con TUTTOFOOD una proposta di eventi digitali per ampliare i contatti verso i mercati esteri più interessanti, incontrando il favore di tutta la filiera dell'agroalimentare – commenta il Presidente di ICE, Carlo Ferro –. Il primo incontro, dedicato agli Stati Uniti, si è

**Scopri di più**

— FOOD AFFAIRS  
E' MEDIA PARTNER  
DI



**MARKETERS  
DAY 2021**

svolto a maggio, mentre un altro dedicato al Canada si è tenuto ai primi di giugno. Arricchisce gli eventi la realizzazione di incontri B2B online, offrendo nuove prospettive di business e permettendo di avvicinare in modo più diretto le controparti estere". I incontri business sono stati integrati anche da eventi internazionali di alto profilo con chef ed esperti, che hanno valorizzato prodotti italiani d'eccellenza quali il riso e la pasta.

"Mai come oggi le fiere sono prima di tutto uno strumento fondamentale per l'internazionalizzazione dell'industria italiana e di questo le aziende ne sono ampiamente consapevoli – afferma Luca Palermo, Amministratore Delegato di Fiera Milano Spa – I numeri parlano chiaro: le oltre 50 manifestazioni realizzate da Fiera Milano nel 2019, in epoca pre-Covid, hanno generato 17,5 miliardi di euro di export per le aziende espositrici e le fiere sono, e saranno, il cuore pulsante per il commercio estero. E questo grazie soprattutto a un partner importante come ICE che non ha mai smesso di sostenerci e sono certo risulterà fondamentale anche per le aziende espositrici di TUTTOFOOD".

Il programma di eventi online sviluppato con ICE si conferma in linea con la filosofia di Fiera Milano, che ha effettuato rilevanti investimenti per realizzare una vetrina e un marketplace digitali per restare costantemente connessi con i propri target. "Il Sistema si è mosso e lo ha fatto velocemente, attraverso il Patto per l'Export, per dare il massimo supporto alle nostre imprese, per l'agroalimentare e per l'intero tessuto industriale e artigiano del Paese che guarda ai mercati esteri – conclude Ferro – All'interno del Patto si colloca il sostegno di ICE al sistema fieristico italiano, sia per le manifestazioni fisiche sia per quelle digitali o per

le cosiddette „phygital“. In particolare, la realizzazione di incontri B2B online, come quelli organizzati con TUTTOFOOD, offre nuove prospettive di business e permette di avvicinare in modo più diretto le controparti estere. Attraverso gli incontri online si possono raggiungere target lontani geograficamente e, allo stesso tempo, rafforzare i rapporti con gli stakeholder che si sono già dimostrati interessati o sono stati presenti alla fiera fisica”.

In questo quadro, TUTTOFOOD 2021 sarà un’edizione fortemente orientata alla Nqualità. Contenuti di alto profilo non solo nell’area espositiva, ma anche nel fitto palinsesto di eventi saranno assicurati dalle autorevoli partnership. Accanto a ICE, daranno il loro contributo Apci, Assica, Dolce Italia, FederBio, IRi, Netcomm, Pasta Italia, Retail Institute Italy, Unione Italiana Food, UnionAlimentari, Unas, Unione Italiana Vini. Novità di quest’anno è la collaborazione con DNV, tra i leader mondiali nella certificazione nel Food & Beverage.

Quest’anno TUTTOFOOD sarà anche in co-location con HostMilano, la fiera leader mondiale dell’ospitalità e del fuori casa, e MEAT-TECH, l’evento dedicato alle tecnologie per la lavorazione delle carni e i piatti pronti. La co-location consentirà alla manifestazione di ampliare la base dei visitatori con attori di filiere affini.

Un’esperienza che si potrà vivere in totale sicurezza grazie a Safe Together, il protocollo messo a punto da Fiera Milano che copre le modalità di accesso, la gestione delle aree espositive – inclusa la sanificazione – e le misure di protezione durante la visita.