

PUNTO DI RIFERIMENTO PER PRODUTTORI E DISTRIBUTORI
SI TRACCIA IL FUTURO DELL'AGROALIMENTARE MONDIALE

CIBO E BEVANDE IL LORO REGNO È A TUTTOFOOD



A **Fieramilano** torna, finalmente in presenza, 'Tuttofood', piattaforma internazionale dell'agroalimentare che è da sempre un momento unico di networking con buyer nazionali e internazionali. A oggi sono 946 gli espositori registrati, di cui 146 esteri



LA DIFESA DELL'AGROALIMENTARE

Tuttofood, Filiera Italia e Coldiretti La parola d'ordine ora è fare squadra

Questa edizione di Tuttofood vedrà la presenza di Filiera Italia, la realtà associativa che riunisce il mondo agricolo e l'industria agroalimentare d'eccellenza insieme per difendere la filiera nazionale. L'obiettivo è quello di avviare una collaborazione tra Tutto-

food, Filiera Italia e Coldiretti. Accanto al brand, valore prezioso sui mercati mondiali, diventa fondamentale la comunicazione integrata sul modello unico dell'agroalimentare italiano fatto di territori, distintività, agricoltura di precisione, ricerca e tradizione.

Il peggio dovrebbe essere passato. Ma il condizionale, visti i tempi, è d'obbligo. E mentre gli analisti prevedono per l'Italia un rimbalzo del Pil fino a +6%, torna in presenza a **Fieramilano** 'Tuttofood', la piattaforma internazionale dell'agroalimentare che rappresenta da sempre un momento unico di networking con buyer nazionali e internazionali. Per scoprire e approfondire in anteprima i trend di acquisto e consumo c'è anche la novità Tuttofruit, area dedicata al fresco ortofrutticolo e alle innovazioni della IV e V gamma, che integra gli ultimi settori lanciati come Tuttohealth, Tuttodigital e Tuttowine. Continua anche il consolidamento di settori storici come Tuttodairy, Tuttodrink, Tuttofrozen, Tuttogrocery, Tuttomeat, Tuttooil, Tuttopasta, Tuttoseafood, Tuttosweet, Tuttoworld. Sempre numerose e di prestigio le collaborazioni con associazioni e realtà del settore. Le più recenti new entry sono Restaurants Canada, la più grande e rappresentativa organizzazione del fuoricasa nel Paese nordamericano, e Chic (Charming Italian Chef), associazione che riunisce oltre cento professionisti italiani e stranieri capaci di reinterpretare l'universo cucina in modo innovativo.

Gli altri partner di Tuttofood 2021 sono: Assica, Apici, Dnv, Dolce Italia, FederBio, Ice, IRI, Netcomm, Pasta Italia, Retail Institute Italy, Unione Italiana Food, UnionAlimentari, Unas, Unione Italiana Vini. A oggi sono 946 gli espositori registrati, di cui 146 esteri, provenienti da 30 Paesi (Spagna, Grecia, Paesi Bassi, Belgio, Germania, con presenze anche da Portogallo, Regno Unito e Irlanda, Francia, Paesi Nordici, Repubblica Ceca, Romania, Ungheria). Da fuori Europa, interessanti presenze da Medioriente e Nord e Sud America (Usa, Perù, Uruguay) e da Oceania o Indonesia. Di rilievo le collettive, quali Eat Nordic (Danimarca, Norvegia e Finlandia), Balcani (Slovenia, Serbia e Kosovo) e da Grecia, Irlanda, Spagna e Stati Uniti.

Tra le regioni italiane più rappresentate spiccano Lombardia, Puglia, Veneto, Emilia Romagna e Piemonte. Circa 500 i buyer esteri da 66 Paesi con delegazioni numerose da Stati Uniti, Emirati Arabi, Regno Unito, Russia, Francia. E tra le maggiori realtà internazionali Azerbaijan Supermarkets, Jumbo Supermarkten, Lulu Group International, Sysco Corporation; ma anche casi d'eccellenza come BICE Restaurant, La Strega Restaurant e Colosseum (Emirati Arabi), Bidfood Jordan (Giordania), Maison Dallos (Russia), Tree of Life (Canada). Sono presenti anche alcune tra le gastronomie più famose del mondo: Fallon&yrne (Irlanda), Gastronome (Georgia) o Løgismose (Danimarca).

La Evolution Plaza è invece dedicata agli aspetti più tech: app, food delivery, e-commerce, tracciabilità e proporrà iniziative e buone pratiche di grandi player, start-up innovative ed espositori. Il 22 ottobre si terrà la giornata di Netcomm, consorzio italiano del commercio digitale, dedicata a tendenze e opportunità di crescita dell'e-commerce alimentare, mentre il 24 e il 25 sarà la volta di Char-men, che organizzerà due incontri dedicati alla Food Photography. Sempre il 25 due appuntamenti con DNV, ente di certificazione internazionale con una forte specializzazione anche nel Food. Di rilievo anche lo spazio Innovation Area, dove avranno visibilità i prodotti premiati con il nuovo Better Future Award in collaborazione con Gdo-week e MarkUP, dedicato alle eccellenze alimentari presenti in manifestazione.

© RIFRODUZIONE RISERVATA

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.