



Home > Eventi e Fiere

TUTTOFOOD 2021: da oggi in presenza la piattaforma internazionale dell'agroalimentare

1.421 gli espositori presenti, da 31 Paesi

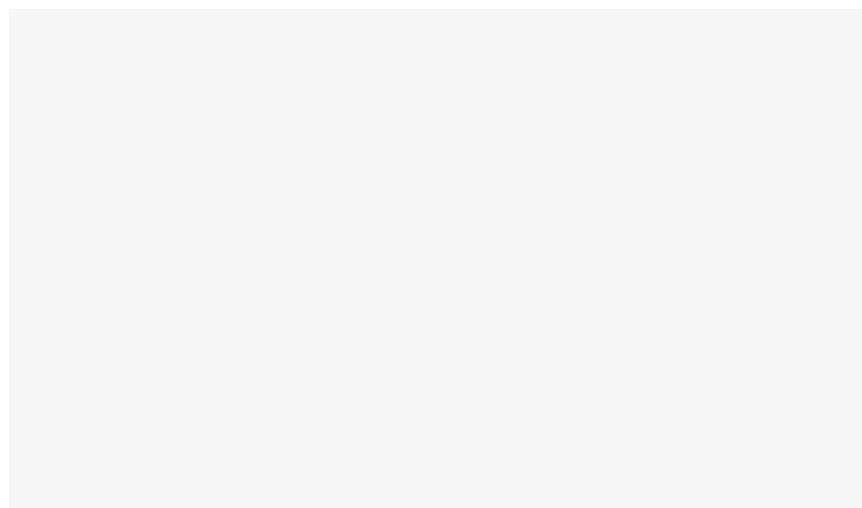
by [Redazione](#) — 25 Ottobre 2021 in [Eventi e Fiere, News](#)

0



Categorie

Seleziona una categoria



0
SHARES

Condividi su Face

Condividi su Twitt

in

Preceduta da una grande attesa per il ritorno in presenza, apre oggi, 22 ottobre, i battenti **TUTTOFOOD**, la [manifestazione di riferimento in Italia per l'eccellenza e l'innovazione nell'agroalimentare](#), che prosegue a **Fieramilano** fino a martedì 26 ottobre, in contemporanea con **HostMilano** e **MEAT-TECH**, l'evento dedicato alle tecnologie per la lavorazione delle carni e i piatti pronti.

La piattaforma dove fanno networking i professionisti italiani ed esteri

TUTTOFOOD rappresenta da sempre un momento di **networking con buyer nazionali e internazionali altamente profilati**, ma anche un'opportunità unica per scoprire e approfondire in anteprima i **trend di acquisto e di consumo**, grazie a un palinsesto di eventi senza confronti.

Tra i settori la novità è **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, TUTTOHEALTH, TUTTOMEAT, TUTTOOIL, TUTTOPASTA, TUTTOSEAFOOD, TUTTOSWEET, TUTTOWORLD.

Un nuovo accordo con Filiera Italia si aggiunge alle autorevoli partnership

Da sempre in prima fila nella promozione internazionale dei prodotti italiani, TUTTOFOOD ha stretto un accordo con **Coldiretti** e **Filiera Italia**, la realtà associativa che riunisce il mondo agricolo e l'industria agroalimentare italiana d'eccellenza, insieme per difendere tutta la filiera nazionale presente in manifestazione per la prima volta. La presenza segna l'avvio di una collaborazione strutturata, con l'obiettivo di comunicare in nuovi modi l'eccellenza del **Made in Italy alimentare nel mondo**. Oltre al valore aggiunto del **brand Italia**, un'attenzione particolare sarà rivolta a filiere integrate, territori, distintività, agricoltura di precisione, ricerca e tradizione, punti di forza nel modello unico dell'agroalimentare italiano, in una serie di appuntamenti internazionali.

L'accordo si aggiunge alle già numerose collaborazioni di grande prestigio siglate da TUTTOFOOD con associazioni e altre autorevoli realtà. Le più recenti new entry sono **Restaurants Canada**, la più grande e rappresentativa organizzazione del fuoricasa nel Paese, e **CHIC – Charming Italian Chef**, associazione che riunisce oltre cento professionisti italiani e stranieri capaci di reinterpretare l'universo cucina in modo innovativo. Tra gli altri partner di TUTTOFOOD 2021 si annoverano: **Assica, Apici, DNV, Dolce Italia, FederBio, ICE, IRI, Netcomm, Pasta Italia, Retail Institute Italy, Unione Italiana Food, UnionAlimentari, Unas, Unione Italiana Vini**.

1.421 espositori e buyer da tutto il mondo

Sono 1.421 espositori presenti, di cui 233 esteri, provenienti da 31 Paesi. Tra i più rappresentati, Francia, Spagna, Grecia, Paesi Bassi, Belgio, con presenze anche da Portogallo, Regno Unito, Paesi Nordici ed Est Europa (Repubblica Ceca, Romania, Ungheria). Da fuori Europa, interessanti presenze dal Medioriente e Nord e Sud America (USA, Perù, Uruguay) e anche Indonesia. Di particolare rilievo le collettive: Eat Nordic (da Danimarca, Norvegia e Finlandia), Balcani (da Slovenia, Serbia e Kosovo) e da Grecia, Spagna e Stati Uniti, oltre naturalmente ad una grande rappresentanza del territorio nazionale.

Su fronte **buyer esteri** invece, si segnalano delegazioni in arrivo da **66 Paesi**, grazie anche al costante supporto di Agenzia ICE, che da sempre collabora con TUTTOFOOD nella attività di profilazione e ricerca di nuovi operatori. Particolarmente numerose quelle da Stati Uniti, Emirati Arabi, Regno Unito, Russia, Francia. Tra di essi alcune delle maggiori realtà internazionali quali 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). Saranno presenti anche alcune tra le gastronomie più famose del mondo: Fallon&Byrne (Irlanda), Gastronome (Georgia) o Løgismose (Danimarca).

Un palinsesto di eventi senza confronti nel settore

Oltre 100 gli eventi a TUTTOFOOD 2021, a coronamento del programma **Road to TUTTOFOOD** che, anche durante il lockdown, ha mantenuto vivo il contatto con gli attori delle filiere grazie a un calendario di circa 20 appuntamenti online.

Ritorna **Retail Plaza**, un format unico nel suo genere prodotto da Business International–**Fiera Milano Media**, dove l'innovazione in GDO e Retail viene discussa dagli esperti con gli executive del settore, con le partnership di **Retail Institute Italy, Università IULM e LIUC Castellanza, IRI, NielsenIQ, PwC** ed **Eumetra** e le media partnership con Distribuzione Moderna, MarkUP, Gdoweeek e Largo Consumo.

Archivi

Seleziona il mese

Per esplorare tutte le opportunità offerte da questo momento di rilancio dell'economia, oggi venerdì 22 ottobre Retail Plaza ospita anche un affondo sul franchising nel convegno **Ridisegniamo il futuro del retail**, in collaborazione con Salone Franchising Milano.

Sempre all'interno di Retail Plaza, martedì 26 si svolgerà il **Pastaria Festival**, in collaborazione con l'omonima rivista: per la prima volta a Milano, l'evento prevede un ricco palinsesto di oltre 14 incontri.

La **Evolution Plaza** è invece dedicata agli aspetti più tech – app, food delivery, e-commerce, tracciabilità – e propone iniziative e buone pratiche di grandi player, start-up innovative ed espositori, oltre a workshop sui temi più caldi del momento organizzati da **Charmen, DNV, CSQA, EURANET e Netcomm**. Nello spazio **Innovation Area** vengono presentati i prodotti premiati con il nuovo **Better Future Award**, in collaborazione con **Gdoweeek e MarkUP**, dedicato alle eccellenze alimentari.

Spazi alla creatività e al gusto invece, nella **Academy** organizzata con **APCI-Associazione Professionale Cuochi Italiani**, e nell'**Enoteca UIV** di **TUTTOWINE**, a cura di **Unione Italiana Vini**.

E infine un appuntamento in città con la prima edizione della **Milano Restaurant Week**, promossa da **Milano&Partners con Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi, Confcommercio Milano e Nexi**, per valorizzare il mondo della ristorazione milanese. Da sabato 22 a domenica 31 ottobre, questa iniziativa promuoverà la varietà gastronomica offrendo la possibilità di scoprire l'anima dei suoi quartieri con menù degustazione a prezzi speciali.

Tags: TUTTOFOOD 2021



Previous Post

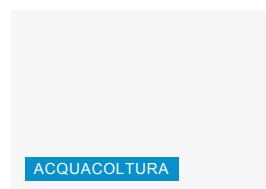
Il futuro del Mediterraneo al centro del Blue Sea Land

Next Post

Pesce in scatola, in Russia l'89% non soddisfa i requisiti di qualità

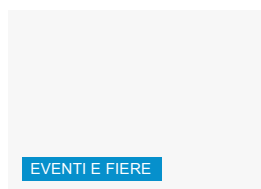
Redazione

Articoli Correlati



ACQUACOLTURA

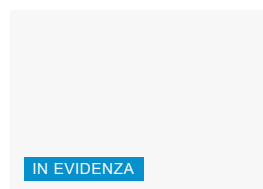
Blue Day, gli Stati Generali della Pesca e dell'Acquacoltura



EVENTI E FIERE

Pesca intensiva lungo le coste di Capo di Leuca

25 OTTOBRE 2021



IN EVIDENZA

Microplastica, macro problema

22 OTTOBRE 2021