

Il settore chiave

# TuttoFood, l'Italia è in vetrina

## Filiera del cibo da grandi numeri

Prima giornata a Rho con 2.500 brand e buyer da 54 Paesi. Confcommercio: l'indotto vale 25 milioni

di **Mariachiara Rossi**  
MILANO

**La settimana** a Milano si è aperta con l'inaugurazione, in Fiera a Rho, di TuttoFood, l'evento di riferimento in Italia, e tra i primi in Europa, per l'innovazione sostenibile nelle filiere agroalimentari, alla presenza di più di 2.500 brand e oltre 700 hosted buyer da 54 Paesi. Una piattaforma di business e contenuti per l'intera food community, che diventa oggi un'importante occasione anche per discutere sugli sviluppi del settore tra innovazione e tradizione e sui progetti con cui rilanciare il comparto alimentare, a cui Quotidiano Nazionale non poteva mancare: il network di cui fanno parte le testate Il Giorno, Il Resto del Carlino e La Nazione, sarà infatti presente con un proprio stand (F36) nel padiglione 1 per raccogliere le ultime novità ed evidenziare le tematiche più battute.

**La rassegna** ha visto la partecipazione di molte istituzioni, tra cui il ministro dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste, Francesco Lollobrigida, che ha approfittato della visibilità dell'evento per sottolineare



re le misure prese dal governo in merito al drastico aumento del prezzo della pasta che nel mese di marzo ha fatto registrare un +17,5%: «Abbiamo incominciato a ragionare su come evitare potenziali speculazioni e coinvolto il nostro ispettorato del controllo qualità e repressio-

**IL MINISTRO DELL'AGRICOLTURA Lollobrigida al taglio del nastro: via ai controlli su prezzo della pasta e qualità del grano dichiarato**

ne frodi per verificare se vengono utilizzati grani che non corrispondono alle produzioni nazionali, quando sulla pasta è dichiarato che lo siano».

**Una prima** giornata che si è sviluppata nel segno dell'Italia che fa sistema e si candida a diventare modello di eccellenza da esportare in Europa e nel mondo, grazie alle sinergie tra sistema fieristico, istituzioni e attori economici, come sottolineato durante il convegno inaugurale. Lo confermano sia l'indotto che TuttoFood rappresenta per Milano e il suo territorio - l'ufficio studi di ConfCommercio lo stima in oltre 25 milioni di euro, dei quali 10,5 milioni da visitatori italiani e con un incremento del 34% rispetto al 2021 - sia l'affluenza tornata ai livelli delle edizioni più partecipate. L'offerta del percorso espositivo, oltre ai prodotti innovativi include una vasta gamma di eventi: oggi in primo piano la proclamazione dei vincitori della seconda edizione di Better Future Award, il riconoscimento di TuttoFood, in collaborazione con GDO-week e MarkUp, che dà evidenza all'innovazione sostenibile presente in manifestazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

