



Acquista il giornale

Accedi Abbonati

ECONOMIA

CittàCronacaSportCosa FarePoliticaEconomiaCultura e SpettacoliSpeciali ▾

Uccisa e fatta a pezziSpara alla moglie e si uccideAbusi all'asiloIntervista a DelpiniPasticceria BlancoMeteo



7 mag 2023

Home > Economia > Tuttofood, da domani i...



Tuttofood, da domani in Fiera a Milano Rho il meglio del cibo e del gusto

Presenti oltre 2.500 brand e attesi 800 compratori da tutto il mondo



TuttoFood è in fiera Milan Rho da lunedì 8 a giovedì 11

Milano, 7 maggio 2023 – **Apri domani**, lunedì 8 maggio alle **9.30 Tuttofood** a **Fiera di Milano a Rho**.

Una manifestazione che ha rappresentato nel 2022 un comparto da 61 miliardi d'export di prodotti agroalimentari



italiani con una crescita del 17% rispetto all'anno precedente. Questo dato sottolinea l'importanza di un settore che dall'**8 all'11 maggio** si troverà a **Fieramilano** per la nuova edizione di Tuttofood, manifestazione di riferimento per l'eccellenza e l'innovazione sostenibile in tutta la filiera.

2.500 brand

In fiera saranno presenti **2.500 brand** di cui il 20% stranieri, provenienti da 46 Paesi diversi (Spagna, Grecia, Paesi Bassi, Romania, Germania i più presenti, mentre sono al debutto assoluto Arabia Saudita, Isole Faroe, Sudafrica e Svezia).

800 buyer

Sono invece **800 i buyer** che arriveranno da 86 nazioni selezionati da **Fiera Milano** e Ice Agenzia. Il 29% dei compratori arriva dall'Europa, Italia inclusa; il 32% dalle Americhe; il 18% da Asia e Paesi Cis; il 18% da Medio Oriente e Africa e il 3% dall'Oceania. Le delegazioni più numerose provengono da Stati Uniti e Canada, Emirati Arabi Uniti, Cina, Australia, India, Francia con realtà internazionali come 7Eleven, Bravo Supermarket (Azerbaigian), Carrefour, Citysuper (Hong Kong), Eataly USA, Emirates Flight Catering, Picard, Rewe, The Kroger. Sono 24 i consorzi presenti, da quello del Parmigiano Reggiano a quello della pasta di Gragnano, e molte collettive come quelle di diverse regioni italiane ma anche di di paesi esteri dedicate a singoli settori (Spagna, Irlanda o Norvegia) o ad alcune specialità (Cina, Corea del Sud, Ecuador, Grecia, Macedonia, Polonia, Romania, Sudafrica, Thailandia, Ungheria o Usa).

POTREBBE INTERESSARTI ANCHE

Economia

Mondo Convenienza assume 500 venditori: ecco dove e come candidarsi

Economia

Veicoli ecologici, tornano gli incentivi della Regione Lombardia: quali sono e come ottenerli

Economia

Trenord assume capitreno: selezioni aperte. Come candidarsi e i requisiti

Economia

Redditi in Lombardia, la crescita record è finita: arriva l'incubo inflazione

Economia

RadiciGroup raddoppia in Cina: a Suzhou i tecnopolimeri del futuro



Green trail

Una novità riguarda il layout dell'esposizione con un **Green trail**, una sorta di sentiero verde che aiuterà a scoprire prodotti green, plant based, chilometro zero, salutistici, rich-in e free-from negli stand attraverso tutte le aree della manifestazione. Oltre 150 gli incontri per approfondire le prospettive del settore: alla Retail plaza in particolare quelle riguardanti la distribuzione, mentre all'Evolution plaza quelli sull'innovazione tecnologica ma anche socioeconomica.



Better Future Award

A Tuttofood torna per il secondo anno il **Better Future Award**, in collaborazione con Gdoweeek e MarkUP.



Marco Barbieri

"Tuttofood è un punto di richiamo per buyer, espositori ed esperti di settore con ricadute più che positive per l'intero territorio. Il nostro ufficio studi stima che per il periodo della manifestazione, dall'8 all'11 maggio, **l'indotto turistico sarà di oltre 25 milioni di euro** - 10,5 milioni derivanti dai visitatori italiani, 14,6 dai visitatori esteri - con un incremento del 34% rispetto al 2021". Lo sottolinea il segretario generale di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza Marco Barbieri parlando delle ricadute dell'evento fieristico.

"Numeri che confermano l'importanza del sistema fieristico per il territorio e la vocazione Milanese di capitale della cultura del cibo - ha aggiunto -. **Food & beverage** sono elementi di grande valore per la città di Milano. L'attenzione alla cultura del cibo è un'eredità che a partire da Expo 2015 si è sempre più strutturata diventando un elemento caratterizzante e fondante della città e del territorio. Il turismo internazionale e locale è sempre più attirato dai trend e dagli eventi legati al food e la città risponde con offerte che valorizzano le eccellenze milanesi e lombarde".



© Riproduzione riservata



Iscriviti alla Newsletter.

Il modo più facile di rimanere sempre aggiornati

REGISTRATI

Hai già un account? [Accedi](#)