

La fiera B2B più globale e innovativa del settore apre oggi a Milano

Presenti le eccellenze italiane e internazionali con 2500 brand

Sotto la lente alimentazione, beverage, prodotti dolciari e biologici

L'intero ecosistema dell'agroalimentare in vetrina a Tuttofood



È un'edizione da sold out quella di 'Tuttofood 2023', l'evento di riferimento in Italia, e tra i primi in Europa, per l'innovazione sostenibile nelle filiere agroalimentari: dalla GDO e retail ai negozi gourmet d'eccellenza, dai canali digitali al fuoricasa. La kermesse di quest'anno – che si apre oggi per chiudersi giovedì a **fieramilano** – si preannuncia tra le più ricche di sempre: in 7 padiglioni, tutti già praticamente occupati a maglia stretta, oltre 2.500 brand da 45 Paesi incontreranno più di 700 hosted buyer da 54 Paesi, in particolare da Europa, Nord America e Paesi del Golfo, e migliaia di operatori professionali da tutto il mondo.

Rappresentanze molto numerose giungeranno, nell'ordine, da Spagna, Paesi Bassi, Belgio, Germania, Grecia, Irlanda, Danimarca, Turchia e Usa. Tanti i Paesi new entry, che porteranno per la prima volta i loro espositori, come Ecuador, Isole Faroe, Nuova Zelanda, Romania, Sri Lanka, Svezia, Taiwan e Ungheria. Tra i settori, spiccano per il particolare riscontro degli espositori 'Tuttogrocery', 'Tuttoseafood' e 'Tuttofrozen'. Top player e forte presenza estera anche nei settori 'Tuttomeat' e 'Tuttodairy' con la partecipazione di tutti i rispettivi grandi nomi anche negli altri settori.

La grande novità di quest'anno nel layout sarà il 'Green Trail', un percorso identificato da una comunicazione dedicata, alla scoperta di prodotti green, plant-based, km zero, ma anche salutistici e free-from, attraverso tutti i settori. Altro punto di forza è la contaminazione, caratteristica unica di Tuttofood, tra le migliori proposte internazionali – molte numerose quest'anno le collettive e presenze estere – e il grande spazio riservato alle eccellenze italiane, come conferma la presenza di numerosi consorzi Dop e Igp, tra cui Aceto Balsamico di Modena, Finocchiona, Formaggio Gorgonzola, Formaggio Montasio, Mozzarella di Bufala Campana, Parmigiano Reggiano, Pecorino Romano, Pasta di Gragnano, Pecorino Toscano, Prosciutto Toscano.

Tra gli eventi si evidenzia grande attesa per il ritorno di 'Retail Plaza by Tuttofood', format unico in cui le grandi insegne della distribuzione italiana e mondiale interagiscono con le aziende e gli altri stakeholder in uno stretto dialogo difficilmente ottenibile in altri contesti. Confermata la collaborazione con il Retail Institute, che ha supportato **Fiera Milano** nell'individuazione dei temi più hot del momento, che verranno trattati anche dal punto di vista della sostenibilità: tra questi spiccano l'innovazione nelle catene di fornitura, le opportunità della trasformazione digitale – come il metaverso – o l'approccio Green Retail.

Parteciperanno esperti come Francesco Bruschi, Marco Cuppini, Alberto Miraglia, Giuliano Noci, Cris Nulli, Giuseppe Stigliano e Massimo Visconti, giornalisti quali Armando Garosci (direttore di Largo Consumo) e Cristina Lazzati (direttore responsabile di Mark UP e Gdoweeek) oltre a esponenti di brand come Aldi, Carrefour, Conad, ANCC-Coop, Esselunga, Lidl, Selex, V&G e aziende next generation come Deliveroo, EasyCoop, Macha, Pescara, SignorVino.

Ritournerà anche il 'Better Future Award', il riconoscimento promosso da Tuttofood in collaborazione con le testate Gdoweeek e MarkUp che premia l'innovazione sostenibile in campo agroalimentare, comprese le iniziative socio-ambientali etiche, nelle tre categorie, premio innovazione, premio etica e sostenibilità e packaging.

© RIPRODUZIONE RISERVATA