**LA FILIERA AGROALIMENTARE SI DÀ APPUNTAMENTO A** TUTTO**FOOD 2023 PER ANTICIPARE IL FUTURO DEL SETTORE**

* *Presenti 2.500 brand da 46 Paesi e oltre 800 buyer selezionati da Fiera Milano e ICE Agenzia da 86 Paesi*
* *150 eventi per aggiornarsi, informarsi e fare networking tra i quali Retail Plaza dedicato all’evoluzione della GDO e Retail*
* *Convegno inaugurale con la partecipazione della FAO e di rappresentati delle istituzioni*
* *La novità del Green Trail, un percorso trasversale alla scoperta dei prodotti salutari e consapevoli*
* *Seconda edizione del Better Future Award, che valorizza l’innovazione sostenibile*

*Milano, 8 maggio 2023 –* Un anno record per l’agroalimentare, che ha visto l’export italiano crescere del **+17%** nel 2022 sul 2021, superando **i 61 miliardi di euro in valore**.

In questo scenario di grande attesa per le prossime evoluzioni, gli occhi di tutti i professionisti internazionali sono puntati su Milano: dove oggi apre i battenti TUTTO**FOOD 2023**, la manifestazione di riferimento in Italia per **l’eccellenza e l’innovazione sostenibile in tutta la filiera**, che prosegue a fieramilano fino a giovedì 11 maggio. Un momento unico non solo per l’incontro fra domanda e offerta, ma anche per la condivisione di conoscenze, soluzioni e buone pratiche.

Il convegno inaugurale, ***Innovazione e sostenibilità per l’industria del food e dell’ospitalità*,** sarà già l’occasione per anticipare le tendenze e affrontare le future sfide del food & beverage, con la partecipazione di esperti e istituzioni italiane e internazionali, tra le quali **la FAO** che ha siglato una speciale collaborazione con TUTTO**FOOD 2023**.

**Circa 2.500 brand da 46 Paesi e buyer da tutto il mondo**

Sono **circa 2.500 i brand** presenti, di cui **il** **20%** esteri provenienti da **46 Paesi**. Tra i più rappresentati, nell’ordine, **Spagna, Grecia, Paesi Bassi, Romania, Germania.**  Presenti per la prima volta espositori da **Arabia Saudita, Isole Faroe, Sudafrica, Svezia**.

Interessante anche la presenza delle collettive **sia nazionali sia estere**. Tra le italiane, in rappresentanza di diversi enti, si segnalano le collettive delle regioni **Abruzzo, Calabria, Campania, Lazio, Liguria e Marche**. Le collettive estere spaziano da quelle più settoriali, come **Spagna, Irlanda o** **Norvegia**, a quelle dedicate alle specialità nazionali quali **Cina, Corea del Sud, Ecuador, Grecia, Macedonia, Polonia, Romania, Sudafrica, Thailandia, Ungheria o USA.**

Infine, ben **24 i consorzi di tutela** di prodotti tipici italiani tra i quali, solo per citarne alcuni, **Aceto Balsamico di Modena, Gorgonzola, Mozzarella di Bufala Campana, Parmigiano Reggiano, Pasta di Gragnano, Prosciutto Toscano**.

Gli espositori incontreranno **circa 800 buyer altamente profilati da 86 Paesi**, selezionati da Fiera Milano con il supporto di ICE Agenzia, provenienti per il **29% dall’Europa, Italia inclusa; 32% dalle Americhe; 18% da Asia e Paesi CIS; 18% da Medio Oriente e Africa; 3% da Oceania**. Le delegazioni più numerose si registrano, in particolare, da **Stati Uniti e Canada, Emirati Arabi Uniti, Cina, Australia, India, Francia**. Tra di essi alcune delle maggiori realtà internazionali quali **7Eleven, Bravo Supermarket (Azerbaigian), Carrefour, Citysuper (Hong Kong), Eataly USA, Emirates Flight Catering, Picard, Rewe, The Kroger (USA)**. Ai buyer selezionati si affiancano centinaia di buyer presenti proattivamente da tutto il mondo.

Novità nel layout espositivo, Il **Green Trail**: un percorso trasversale identificato da una specifica identità visiva e da una segnaletica dedicata, che aiuterà a scoprire prodotti green, plant based, km zero, ma anche salutistici, rich-in e free-from attraverso tutte le aree della manifestazione e negli stand di tutti gli espositori, facilitando scelte alimentari più salutari, sostenibili e responsabili. Tra i Paesi più attivi in questi segmenti **Estonia, Francia, Germania, Irlanda e Paesi Bassi**.

**Un punto di riferimento tra business e conoscenza**

TUTTO**FOOD** è ormai accreditato sia in Italia sia all’estero come il punto di riferimento per i professionisti del settore grazie al concept che riunisce grandi brand e realtà di eccellenza in 7 padiglioni che valorizzano nelle **tre macro aree del fresco, secco, surgelato e ittico**, le affinità di filiera dei settori verticali.

**Oltre 150** gli eventi, tra appuntamenti degli espositori e incontri organizzati da TUTTO**FOOD**. Tra questi ultimi **Retail Plaza**, il format che analizza i cambiamenti nella distribuzione moderna, mettendo a confronto le aziende con esperti del settore. **Evolution Plaza** è l’area che la manifestazione dedica all’innovazione non solo tecnologica ma anche nei suoi aspetti socioeconomici, ad esempio nel nuovo format **Confessioni a Tavola**, direttamente. Ritorna infine per il secondo anno il **Better Future Award,** in collaborazione con **Gdoweek e MarkUP**.

Sempre in ottica di sostenibilità e responsabilità, contro lo spreco alimentare viene riproposta in collaborazione con diverse realtà del Terzo Settore anche l’iniziativa TUTTO**GOOD**, che permette di recuperare al termine delle giornate di manifestazione gli alimenti ancora utilizzabili per destinarli a persone in stato di necessità tramite mense gratuite e banchi alimentari.

Per info aggiornate: www.tuttofood.it, @TuttoFoodMilano.