



QN ECONOMIA

Data: 24.04.2023 Pag.: 1,17
Size: 489 cm2 AVE: € .00
Tiratura:
Diffusione:
Lettori:

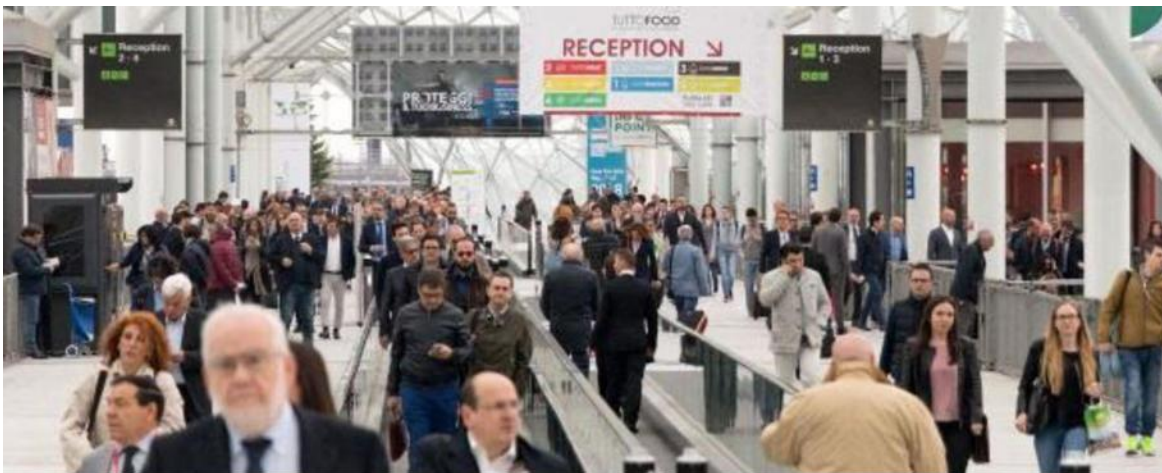
FOCUS FIERE

Milano, **Tuttofood**
sfida il record del 2019
Più di 2.000 espositori

Rossi a pagina 17



MAURIZIO MARTINA, VICEDIRETTORE DELLA FAO
«Il tema è la lotta allo spreco alimentare, il consumatore deve cambiare abitudini. Basterebbe imparare a fare la spesa avendo cura di cosa e quanto comprare»



PIATTAFORMA DI BUSINESS E CONTENUTI

Nel polo fieristico di Rho-Però sono 7 i padiglioni in cui si articolerà **TuttoFood**, importante appuntamento per la "food community" a livello internazionale

Dall'8 all'11 maggio a Fieramilano la nuova edizione del salone dell'agroalimentare
Previsti numeri record, destinati a superare quelli del 2019. In vetrina anche la tecnologia

di **Mariachiara Rossi**

Lotta allo spreco di cibo **TuttoFood** in prima linea

UNA PIATTAFORMA di business e contenuti per l'intera food community mondiale, dove la tradizione alimentare incontra l'innovazione, un punto di riferimento nazionale e internazionale per lo sviluppo del settore, per scoprire, disegnare e guidare il rilancio del comparto alimentare. **TuttoFood**,

Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile

Data: 24.04.2023 Pag.: 1,17
Size: 489 cm2 AVE: € .00
Tiratura:
Diffusione:
Lettori:



fiera B2B per l'intero sistema agroalimentare, è pronta a tornare dall'8 all'11 maggio 2023 a Fieramilano con un'edizione ancora più ricca: in 7 padiglioni, tutti già praticamente sold-out e occupati a maglia stretta, oltre 2.000 brand provenienti da 42 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.

Tra quelli esteri avranno particolare spazio le rappresentanze di Spagna, Paesi Bassi, Belgio, Germania, Grecia, Irlanda, Danimarca, Turchia e USA. Numerose anche le *new entry* che porteranno per la prima volta i loro espositori, come Ecuador, Isole Faroe, Nuova Zelanda, Romania, Sri Lanka, Svezia, Taiwan e Ungheria. Dati che mettono in evidenza la ripresa del settore dopo lo stop imposto dalla pandemia. In totale saranno quattordici le aree tematiche che daranno sfoggio dei sapori genuini della cucina italiana in tutta la sua gamma di prodotti, dal TuttoFrozen (gelato, pasticceria, prodotti ittici), al TuttoGrocery (farine, conserve, sottaceti, prodotti sostitutivi del pane, mostarde, riso) fino al TuttoMeat (carne, selvaggina, frattaglie e salumi) e al TuttoDairy (formaggi a pasta dura, molle, erborinata, filata, vegetali, creme spalmabili, burro, latte, panna, ricotta, yogurt), con una forte presenza dei top player esteri. Questa edizione si caratterizzerà per un'attenzione ancora maggiore nei confronti della sostenibilità e dell'impatto ambientale, un discorso che avrà ampio respiro grazie al Green Trail, assoluta novità di quest'anno: un percorso identificato da una comunicazio-

ne dedicata alla scoperta di prodotti *green, plant-based, chilometro zero*, ma anche salutistici e free-from, attraverso tutti i settori.

La lotta allo spreco alimentare vedrà TuttoFood in prima linea con iniziative di behavioural change, ossia sensibilizzando i consumatori verso un'economia circolare e al consumo consapevole, dando nuova vita agli avanzi, attingendo dalle ricette della tradizioni o usando un pizzico di creatività in più. Anche per questa ragione è stata rinnovata la collaborazione con Banco Alimentare e altre realtà del Terzo Settore, tra le quali Pane Quotidiano, che negli anni ha permesso di recuperare tonnellate di alimenti utilizzabili al termine delle giornate di manifestazione. Nel palinsesto di eventi è previsto il ritorno di Retail Plaza by TuttoFood, un format unico in cui le grandi insegne della distribuzione italiana e mondiale interagiscono con le aziende e gli altri *stakeholder*, in presenza di esperti, esponenti di grande insegne e giornalisti del settore, e il Better Future Award, il riconoscimento promosso da TuttoFood che premia l'innovazione sostenibile in campo agroalimentare, comprese le iniziative socio-ambientali etiche.

La kermesse diventerà a tutti gli effetti una grande vetrina in cui presentare le nuove frontiere della tecnologia applicate al campo agroalimentare e sperimentare dal vivo le nuove soluzioni alimentari all'interno di una vera e propria «arena del gusto».

42

PAESI

Nei 7 padiglioni in cui è articolata la rassegna, tutti già praticamente sold-out e occupati a maglia stretta, oltre 2.000 brand provenienti da 42 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. Quattordici, inoltre, le aree tematiche