

Data: 04.07.2020 Pag.: 24
Size: 129 cm2 AVE: € 36765.00
Tiratura: 249528
Diffusione: 188769
Lettori: 1994000



FieraMilano prepara l'edizione 2021 della manifestazione sempre più digitale e internazionale

Con TuttoFood l'agroalimentare ripartirà

MILANO

Più che una rivincita su un 2020 sciagurato, è l'evoluzione di un format che funzionava già alla grande ma che a ora vuole migliorare ulteriormente per dinamismo e peso internazionale. Certo, per notarla, bisognerà aspettare fino alla primavera 2021. Ma una cosa è certa: come sempre, ma anche più di sempre, TuttoFood sarà il grande hub dell'agroalimentare in Italia. E se FieraMilano nelle edizioni passate ne aveva fatto l'evento iconico per i settori dell'alimentare, del beverage, del frozen, del delivery e del packaging, l'edizione su cui sta lavorando è destinata a lasciare



il segno nella storia di questo salone, che richiama un grande pubblico (83mila quelli professionali da 143 Paesi, nel 2019) e tantissimi espositori (oltre 3mila i brand presenti lo scorso anno), senza contare buyer, giornalisti, blogger e opinion leader. Un'edizione TuttoFood,

quella dal 17 al 21 maggio 2021, che vede già confermata la presenza di oltre 550 brand e che vedrà FieraMilano dare un sostegno forte alle aziende espositrici, rendendo più agile il loro accesso al credito e la loro partecipazione. Ambizioni dichiarate: rafforzare le relazioni con i più importanti stakeholder del mercato; incrementare il numero di hosted buyer da aree di forte interesse (Singapore, Giappone, Usa, etc.); coinvolgere sempre più blogger, influencer e trend setter; marcare ulteriormente il peso della tecnologia (app, e-commerce, tracciabilità, etc.) in un mondo del food sempre più attento al digitale, al tema della sostenibilità e ai social.

Paolo Galliani