

Data: 06.05.2024 Pag.: 38
 Size: 213 cm2 AVE: € 24069.00
 Tiratura:
 Diffusione:
 Lettori:



«La concorrenza? Si batte con le alleanze globali»

In questo momento sono due le competenze che fanno la differenza per le imprese dell'agroalimentare made in Italy: «la capacità di ampliare il proprio portafoglio prodotti, “customizzandoli” in base alla domanda e usando materie prime locali; ed essere “nativamente sostenibili” in ragione del frequente uso di materie prime nazionali, o addirittura a km zero, e processi produttivi il meno energivori possibili». A esserne convinto è Antonio Cellie, amministratore delegato di Fiere di Parma e principale organizzatore, insieme con Federalimentare, di Cibus, la terza fiera in Europa di settore.

All'orizzonte non mancano comunque i potenziali competitor. «I principali, in prospettiva, sono i prodotti “Premium Local”: dal pomodoro Bio all'olio Carbon neutral in California, dalle conserve 100% frutta polacche alle “simil burrate” prodotte in Nord Europa o negli Usa — prosegue Cellie —.

Le imprese di tutto il mondo stanno imparando a fare prodotti di qualità, a volte creando localmente Dop o Igp, e spesso usando tecnologia Italiana. Queste sono le vere alternative al made in Italy, non il cosiddetto “italian sounding”».

Cibus è sempre più simbolo dell'agroalimentare italiano e si dimostra attivo anche sullo scenario mondiale, con una strategia che punta a creare quella che Cellie, definisce «un sistema di alleanze nazionali e internazionali che consolidi l'agroalimentare italiano ed europeo come riferimento per un consumo consapevole e sostenibile a livello globale. I nostri eventi garantiscono un percorso non solo fieristico, ma anche esperienziale pensato per accompagnare i mercati, anche lontani, verso il nostro modello alimentare. La finalizzazione della partnership con Koelnmesse rientra in questa strategia».

Un accordo, quello recentemente si-

glato, che prevede l'impegno da parte del gruppo tedesco — uno dei principali attori del mercato fieristico nel mondo — di sviluppare a livello internazionale sia di Cibus sia di [Tuttofood](#), la cui gestione è passata in capo a Parma in seguito all'accordo stretto nel 2023 con Fiera Milano.

In particolare, l'accordo con Colonia porterà visitatori internazionali a Cibus ed espositori dall'estero per [Tuttofood](#). «Con il supporto di Koelnmesse, le due manifestazioni potranno contare su più visitatori internazionali, anche grazie a una riprogrammazione dei calendari che armonizzerà Cibus, [Tuttofood](#) e Anuga, la fiera del food&beverage di Koelnmesse. Cibus potrà così consolidare il suo ruolo di facilitatore nello sviluppo dell'export dell'agroalimentare italiano, mentre [Tuttofood](#) nel giro di due edizioni vedrà crescere gli espositori esteri dall'attuale 10% ad almeno il 50%», conclude Cellie.

I. Co.

Cibus: i numeri

3.000

I brand italiani ed esteri presenti

