

Data: 07.05.2024 Pag.: 29  
Size: 223 cm2 AVE: € 29213.00  
Tiratura: 91744  
Diffusione: 138603  
Lettori: 713000



# A Cibus edizione record: 3mila buyer internazionali

## A Parma

Fino al 10 maggio

Secondo gli organizzatori, la 22esima edizione di Cibus è già destinata a essere ricordata come quella dei record. A Parma da oggi a venerdì esporranno più di 3mila marchi, mentre sono attesi circa 3mila top buyer internazionali provenienti dai principali mercati mondiali. Le richieste di uno stand sono state talmente elevate che è stato necessario mettere 600 aziende in lista d'attesa.

Frutto come sempre della collaborazione tra Fiere di Parma e Federalimentare, la manifestazione quest'anno occupa una superficie espositiva di 120mila metri quadrati distribuita su 8 padiglioni. I prodotti in vetrina spaziano dai formaggi alle carni e salumi, dalla gastronomia ai surgelati, dalla pasta ai dolci, dalle conserve ai condimenti. Tra le delegazioni di buyer spiccano quelle provenienti da Stati Uniti, Germania, Spagna, Francia, Regno Unito e Medio Oriente. Il 2024 è soprattutto l'anno dei Paesi dell'area Asean, con il ritorno della Cina, grande assente durante la pandemia, e un'importante delegazione dal Giappone.

Tra gli stand di Parma sono presenti i responsabili acquisti di molte importanti catene di supermercati

extraeuropei come la canadese Loblaw, la statunitense Walmart, il gruppo brasiliano Pao de Açucar, l'emiratina Lulu Group, le asiatiche City Super Shanghai e Hyundai Green Food e l'australiana Coles. Dall'Europa, invece, sono arrivate tra le altre Rewe, Spar, Metro, Auchan, Migros, Marks & Spencer e Ocado. Accanto ai player della grande distribuzione, a Cibus sono presenti gli operatori dell'horeca, gli importatori e i distributori. Per tutti loro, anche quest'anno sono stati organizzati i Cibus Destination, un programma di retail e technical sul territorio e all'interno delle aziende della Food valley.

Il Padiglione 7 ospita l'Innovation Corner, la vetrina delle novità di prodotto presentate in fiera, e la Startup area nata in collaborazione con Le Village di Crédit Agricole. I nuovi prodotti alimentari in esposizione sono circa un migliaio. Per i bambini ci sono le cannucce di gelatina assortite ai gusti fragola, ciliegia, mela o uva, e soprattutto i lecca-lecca musicali: mentre li gusti, una innovativa tecnologia audio a conduzione ossea integrata riproduce brani orecchiabili. Tra i nuovi ingredienti, il più gettonato è il collagene: nel brodo proteico di carne mista a base di ingredienti 100% naturali, ma anche nelle barrette ad elevato contenuto proteico, vegeta-

riane e gluten free, o nelle bevande senza zucchero. Se c'è una parola d'ordine, però, questa è fusion: il chutney - la famosa salsa agrodolce di origine indiana - incontra l'aceto balsamico di Modena Igp, il sale rosa dell'Himalaya si insaporisce con il tartufo nero estivo, l'olio di olive taggiasche si mescola alla vaniglia

**Le aziende puntano sull'innovazione: oltre mille novità presentate e uno spazio ad hoc è dedicato alle start up**

bourbon del Madagascar, la maionese si adatta al sushi, mentre la 'nduja viene fatta anche con carne di bovino certificata Halal.

Per la prima volta quest'anno a Cibus parte anche il progetto T-Own, che presenta le iniziative messe in campo dalle aziende agroalimentari per informare i consumatori finali sulle caratteristiche sociali, energetiche e nutrizionali dei singoli prodotti.

Infine, come molte delle grandi fiere nazionali di settore, Cibus è anche un roadshow che porta il made in Italy direttamente in giro per il mondo. Nel corso dell'ultimo anno il tour, organizzato insieme all'agenzia Ice, ha già toccato Colonia, Shanghai e Las Vegas. Tra le prossime tappe vedrà Dubai e Tokyo, per poi infine concludersi tra giugno e ottobre a New York e Parigi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA