

## A PARMA TORNA IL CIBUS, 13 AZIENDE ABRUZZESI ALLA FIERA DELL'ALIMENTAZIONE

6 Marzo 2023



PARMA - Non esiste sviluppo senza innovazione, con un'attenzione all'evoluzione della domanda nazionale ed internazionale. È l'assunto irrinunciabile col quale Cibus Connecting Italy 2023 torna in scena a Parma il 29 e il 30 marzo.

L'ambizioso progetto che il Salone internazionale dell'alimentazione porta avanti è convogliare esigenze ed esperienze di produzione, industria e distribuzione attorno a un unico tavolo, che lavori alla delineazione di nuovi scenari per il mondo del Food. Scenari che vedono modelli di approvvigionamento di filiera più prossimi ma discontinui, ma anche la maggiore valorizzazione del legame territoriale e di continua riscoperta di produzioni, tradizioni e cultura del vivere e mangiare all'italiana. È quanto emerso dalla conferenza stampa odierna di presentazione della manifestazione, tenutasi a Roma.

Cibus Connecting Italy si compone organicamente di due anime. La prima è senz'altro quella esperienziale e immersiva nella tradizione e nel "saper fare" del Made in Italy agroalimentare. Visitando la fiera, un operatore può realmente comprendere, esplorare e toccare con mano le radici del food & beverage Autentic Italian: materie prime, ingredienti semilavorati e prodotti trasformati sono, infatti, al centro non soltanto dell'attività espositiva, ma anche dei numerosi "Cibus Destination on the Road", che la fiera riserva tradizionalmente a centinaia di buyers esteri nei diversi territori.

La seconda anima di Cibus Connecting Italy è legata a quel suo ruolo da piattaforma privilegiata di networking e mutuo scambio. Tema centrale della fiera è proprio l'abilità dell'industria alimentare e di tutta la filiera di realizzare e proporre prodotti innovativi e tailor-made, in grado di incrociare la domanda premium proveniente dal mercato interno e da quello estero. Sotto la lente di ingrandimento il catalogo delle novità di prodotto e l'Innovation Corner, esposizione delle 100 più interessanti innovazioni di prodotto, valutate e selezionate da una giuria di esperti. Ampio lo spazio che la fiera, in collaborazione con Le Village By Crédit Agricole, riserva alle start-up, autentici laboratori di novità e propulsori di progetti sostenibili affascinanti e spesso dall'altissimo coefficiente innovativo.

Ruolo chiave all'interno di Cibus Connecting Italy è riservato al canale Foodservice: il salone, infatti, dedica ampio spazio alla ricerca di qualità, allo scouting di materie prime tipiche e ad attività di education destinate agli operatori del settore. Il senso profondo di tutto questo è trasformare i mondi hôtellerie, ristorazione e catering in vetrine ideali per promuovere l'eccellenza italiana fuori dai confini nazionali.

Una fiera multicanale che si rinnova costantemente: oggi Cibus è soprattutto questo. Quattro le nuove aree dell'edizione 2023: ortofrutta (con l'esordio assoluto tra gli espositori della fiera di produttori italiani di frutta e verdura fresca), semilavorati per gelateria e pasticceria, prodotti "rich in" e plant-based. Grande enfasi alla fluidità di interazione tra diversi strumenti e canali: all'esperienza in fiera e al programma "Cibus Destination on the Road" si aggiungono le funzionalità di MyBusinessCibus, piattaforma che replica in chiave digitale l'incontro tra domanda e offerta.

Completa la multicanalità della fiera un programma di circa 40 eventi, tra tavole rotonde, attività di networking, mostre, seminari e l'immane Doposalone, "Cibus After".

Ad aprire simbolicamente la manifestazione, mercoledì 29 marzo alle ore 11, nella nuova Sala Plenaria del Padiglione 4, il convegno inaugurale; prevista la presenza dei rappresentanti del mondo istituzionale e politico. Tra le voci più autorevoli che si alterneranno al microfono,

anche quella di Nielsen IQ che con l'ultimissima "Consumer Outlook Survey" presenterà dati inediti sugli eventi inflattivi di inizio 2023 e diverse possibili chiavi per interpretare la transizione dei consumi sui molteplici canali di vendita.

Il resto degli eventi in programma è disponibile all'indirizzo <https://www.cibus.it/convegni2023/>.

Ventimila i visitatori attesi in fiera da 90 diversi Paesi esteri, tra cui 1.300 top buyer, in arrivo a Parma grazie al programma di incoming sviluppato in collaborazione con Agenzia Ice. Circa un migliaio i brand del food made in Italy rappresentati.

Tra i top buyers presenti a Cibus, Metro AG International Germany, Selfridges, Sodexo UK, Waitrose UK, Albertsons, H-E-B USA, Rouses Supermarkets, Meijer, Albertsons, Performance Food Group, Sysco, The Kroger Co. Sysco, Marks & Spencer, Lulu Group International, Mercadona, Eroski Spain, Biedronka (Jeronimo Martins), Lotte Mart, Coop Estonia, Colruyt, Delhaize, Billa, Leclerc, Tesco... e molti altri.

Meno ricca del solito la presenza dell'Abruzzo, che quest'anno è presente con sole 13 aziende: Verde Abruzzo, Berardo, Le donne del notaio, Confetti Pelino, Evangelista Liquori, Fox Italia, Verrigni, Terra dei briganti, Cinquina international, Jannamico, Emilia, Agroalimentare Valle Trigno, Azienda agricola Ramo di Mandorlo.

"L'Italia - dice in una nota **Paolo Mascarino**, presidente di Federalimentare - è nota in tutto il mondo per la sua cultura del cibo e per il suo modello alimentare, che ha nella Dieta mediterranea il suo punto di riferimento culturale. Questo modello è riconosciuto come uno dei più salutari ed equilibrati al mondo e ciò si riflette in tutte le classifiche mondiali relative a salute generale della popolazione, longevità e bassi livelli di obesità, dove l'Italia figura regolarmente ai primissimi posti. Il modello alimentare italiano è anche tra i più sostenibili, perché basato sulla valorizzazione del territorio: siamo un Paese ricco di biodiversità e di produzioni locali, per le quali è fondamentale la salvaguardia del paesaggio. L'industria alimentare rappresenta poi uno dei principali motori dell'economia del Paese. La grande varietà di prodotti originali e la presenza di marchi di eccellenza hanno consentito all'export italiano di conquistare rilevanti quote di mercato a livello internazionale, al punto che il Made in Italy all'estero è ormai sinonimo di gusto e di qualità. Nemmeno le crisi internazionali e la pandemia sono riusciti a frenare questa tendenza: i dati evidenziano infatti livelli da record per le nostre esportazioni che dal 2000 al 2022 segnano quasi un +300%, mentre se guardiamo il solo export del 2022, vediamo che è arrivato intorno ai 50 miliardi, +19% rispetto all'anno precedente. Cibus rappresenta l'occasione per mostrare al pubblico del mondo tutto questo: il nostro modello di alimentazione sana e sostenibile, che esalta i valori

del gusto e della tradizione”.

“Cibus Connecting Italy continua a crescere e ha già raggiunto numero significativi” dice **Gino Gandolfi**, presidente di Fiere di Parma, “ma mi sento di poter affermare che siamo ancora all’inizio di un percorso di sviluppo e di una sempre più intensa valorizzazione non solo di Cibus, ma di tutta la filiera agroalimentare italiana, orgoglio nazionale e vera eccellenza del Made in Italy. Sono convinto che il Governo anche per il tramite di Agenzia ICE, ci saprà sostenere e supportare nella pregevole missione di contribuire alla promozione del Made in Italy nel mondo”.

“Cibus è definitivamente il manifesto del made in Italy alimentare, della capacità della nostra manifattura e delle nostre filiere di essere sempre più in sintonia con i consumatori di tutto il mondo – afferma **Antonio Cellie**, amministratore delegato di Fiere di Parma – . Negli ultimi 10 anni l’export agroalimentare è cresciuto a doppia cifra, anche durante la pandemia e la guerra, in tutte le geografie e su tutti i canali. Per questo, similmente a come accaduto in altri settori leader del made in Italy, Cibus ha voluto e potuto diventare un evento internazionale di successo con cadenza annuale”.

“Il food & beverage Made in Italy vola sui mercati internazionali e Agenzia Ice anche a Cibus Connecting Italy è al fianco delle imprese, con i suoi servizi innovativi all’export. L’attenzione del settore è rivolta alla blockchain, un sistema di tracciabilità che attraverso l’utilizzo di nuove tecnologie garantisce il consumatore sulla qualità e la provenienza del prodotto, certificandone la filiera – osserva il presidente di Agenzia Ice, **Matteo Zoppas** – La diffusione della blockchain consente di valorizzare e proteggere al tempo stesso il Made in Italy, è un tema cruciale per l’intero settore e uno degli strumenti per contrastare il problema dell’Italian Sounding. I servizi innovativi a maggior valore aggiunto possono così consentire alle aziende ulteriori miglioramenti rispetto a performance che sono già importanti: nei primi 11 mesi del 2022 l’export aumenta del 16% rispetto al 2021 e supera i 54 miliardi di euro. In particolare, i prodotti alimentari segnano +20%, vini e bevande + 11%, su cui incide il tasso di inflazione a doppia cifra. L’aiuto concreto alla categoria sarà indiscutibilmente dato dalla recente riduzione a doppia cifra del costo dei trasporti overseas che si auspica diventi strutturale”.

“1.300 top buyer totali da 90 paesi esteri incontreranno circa 500 espositori in due giorni al Cibus Connecting Italy 2023 di Parma – afferma **Roberto Luongo** direttore Generale Agenzia Ice – . Questi i numeri che confermano il ruolo dell’Ice nel sostegno all’internazionalizzazione della filiera agroalimentare italiana, al fianco delle Pmi italiane e della Fiera: un ampio programma di incoming di operatori esteri, preceduto da una serie di azioni di comunicazione, condotte attraverso la propria rete di 78 Uffici all’estero e mirate a promuovere l’evento, il settore, il brand Italia e i suoi prodotti”.

“Tradizione e innovazione saranno le parole chiave del futuro dell’agricoltura italiana – dice il senatore **Luca De Carlo**, presidente della 9ª Commissione permanente (Industria, commercio, turismo, agricoltura e produzione agroalimentare) – . A Cibus la grande attenzione all’innovazione ci consentirà appunto di affrontare le sfide con un approccio meno ideologico e più scientifico”.