

## CIBUS 2018, PARTONO I ROAD SHOW ALL'ESTERO

31 Ottobre 2017

di Redazione



PARMA – Ogni anno 800 aziende alimentari si affacciano per la prima volta sui mercati esteri. L'export del food&beverage italiano fa registrare nel 2017 un aumento di circa il 7% sull'anno precedente, con un fatturato previsto a fine anno di circa 32 miliardi di euro.

La destinazione più rilevante dei prodotti food italiani è l'Europa e sempre più gli Stati Uniti, ma sta crescendo l'Asia, in primis Cina, HongKong, Corea del Sud, Tailandia e Taiwan (dati Federalimentare).

Questo trend di crescita delinea il profilo della 19° edizione di Cibus (Parma 7/10 maggio 2018): "esposizione di nuovi prodotti in grado di imporsi sui mercati internazionali e rafforzamento dell'incoming dei top buyer da ogni continente", osservano gli organizzatori in

una nota.

Con Agenzia Ice è stato delineato un piano di rafforzamento dell'incoming dei buyer esteri, europei e d'oltreoceano – aggiunge il comunicato -, con un road show che sta toccando le maggiori fiere food estere e incontri mirati con operatori della distribuzione nei vari mercati obiettivo, ovvero Francia, Germania, Cina, Usa, Asean ed altri.

È già stato siglato un accordo tra Cibus e Macfrut (la fiera dell'ortofrutta) per facilitare lo scambio di buyer nelle giornate espositive concomitanti (9 e 10 maggio 2018) e la loro presentazione congiunta a novembre in Cina, coordinata dalla Regione Emilia Romagna. E' stato anche rafforzato l'Hosted Buyers Program che aiuta i buyer nella definizione di incontri a Cibus e delle visite guidate in aziende food&beverage Italiane.

Cibus, divenuto appuntamento annuale (negli anni dispari con il format Cibus Connect nella stessa settimana di Vinitaly), prevede per la 19° edizione più di 3.000 aziende italiane espositrici.

“Cibus rappresenta, sempre di più, per le aziende alimentari italiane non solo un evento internazionale di riferimento per la promozione dei propri prodotti ma un vero e proprio strumento per accelerare il proprio export, grazie alle molteplici attività che Cibus svolge anche al di fuori del momento fieristico – ha dichiarato **Giandomenico Auricchio**, presidente di Fiere di Parma – La conferma dell'importanza di Cibus viene dal sempre crescente numero di buyer esteri che fanno riferimento ad essa come unica piattaforma dell'Authentic Italian, grazie al fatto che a Parma espongono solo aziende italiane con prodotti di assoluto livello qualitativo”.