



**PARMA.MAY.7|10MAGGIO.2024**

## **Cibus 2024 Agroalimentare, l'export continua a sostenere il settore**

*Nel 2023 è aumentato il valore dell'export, che supera i 52 miliardi di euro, ma calano leggermente i volumi. I dati presentati in occasione del lancio della 22esima edizione di Cibus, al Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste.*

*Il Ministro Francesco Lollobrigida: "Cibus rappresenta senz'altro un momento per affermare il nostro modello alimentare come riferimento globale"*

*Lo sviluppo internazionale coniugato ad un aumento della competitività sono e restano la ricetta vincente delle Imprese Agroalimentari Italiane per continuare ad aumentare le loro quote rispetto ai diretti concorrenti e combattere l'inflazione.*

*I numeri della 22esima edizione di Cibus superano tutte le manifestazioni precedenti segnando un nuovo record per le Fiere del Settore in Italia: Più di 3.000 brand presenti e 2.000 top buyer internazionali provenienti dai principali mercati obiettivo. Per guardare al futuro del Settore Fiere di Parma e Università Cattolica lanciano il nuovo Food Global Monitor.*

(Roma,19.03.2024) – Per continuare a crescere l'agroalimentare made in Italy deve guardare all'estero e al futuro. Sta emergendo infatti un mix di fattori che possono rappresentare un rischio ma anche una opportunità per le nostre imprese: volatilità materie prime, costi energetici, polarizzazione dei canali distributivi. Un made in Italy sempre più presente sulle tavole di tutto il mondo e consapevole di un ruolo guida sul piano della qualità e sostenibilità si presenterà al gran completo in occasione della 22esima edizione di **Cibus (Fiere di Parma, 7 -10 maggio), come illustrato oggi al Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, alla presenza del Ministro Francesco Lollobrigida.**

*"Il made in Italy è l'insieme delle migliori qualità che possiamo offrire. Dobbiamo raccontare al resto del mondo l'eccellenza del sistema agroalimentare italiano facendo conoscere sempre di più i nostri prodotti. L'export rappresenta un asset primario per l'economia della Nazione, per questo è fondamentale creare occasioni, in cui incontrarsi e discutere dei nuovi scenari e delle nuove strategie per il settore. Cibus, che ho avuto modo di presentare a inizio marzo in Giappone insieme al presidente dell'Agenzia ICE Matteo Zoppas e all'ambasciatore Gianluigi Benedetti, rappresenta senz'altro un momento per affermare il nostro modello alimentare come riferimento globale", dichiara il **Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, Francesco Lollobrigida.***

Nel 2023 l'export, secondo i dati Istat, nonostante un leggero calo dei volumi ha registrato un valore pari a oltre 52 miliardi di euro, con un aumento del +6,6% rispetto al 2022.

L'orizzonte del settore è molto incerto a livello globale per l'incertezza degli scenari internazionali, ma anche delle normative intra ed extra UE. Nonostante la riduzione dei margini e del reddito



**PARMA.MAY.7|10MAGGIO.2024**

disponibile, il rischio di nuovi dazi e di legislazioni iper restrittive, le aziende del settore continuano ad investire e innovare guardando con crescente attenzione alle esigenze del consumatore e del pianeta, come dimostrano le migliaia di prodotti che saranno esposti a Cibus 2024 per ridare valore a categorie messe a dura prova dalle guerre e dalla crisi climatica.

*"Federalimentare è onorata di contribuire, insieme a Fiere di Parma, alla realizzazione di Cibus 2024. Un'edizione che si preannuncia da record, come dimostra il numero dei partecipanti. Per la Federazione si tratta di un'importante occasione in quanto l'industria alimentare, oltre a generare prodotti e occupazione, con le sue attività contribuisce alla sicurezza alimentare e al benessere degli italiani, a dimostrazione del suo elevato valore sociale. L'industria alimentare italiana, inoltre, si presenta a Cibus 2024 come un comparto sano, in costante crescita e che gode di grande fiducia da parte dei consumatori. Tale fiducia si riflette anche all'estero, dove l'industria alimentare italiana sta conquistando sempre più mercati, contribuendo ad esportare il Made in Italy e lo stile di vita italiano nel mondo",* dichiara il **Presidente di Federalimentare, Paolo Mascarino**.

I prezzi alimentari al consumo purtroppo per fattori esogeni alle imprese - secondo i dati di Federalimentare - corrono così più dell'inflazione: una tendenza che contraddice le antiche doti calmieratrici del settore e che si evidenzia anche nei primi mesi del 2024. Nel 2023, a fronte di un'inflazione media del 5,7%, i prezzi al consumo del comparto si sono attestati al +9,8% e questi aumenti non riusciranno a coprire l'impennata dei costi di produzione.

Segnali ulteriori di vulnerabilità emergono guardando anche le macro quotazioni internazionali delle materie prime agricole, che nel decennio 2014 - 2024 sono tutte cresciute a doppia cifra (Fonte Banca Mondiale).

Elementi che si sommano, secondo Federalimentare, alle tensioni delle importazioni cerealicole che – anche a causa del conflitto Ucraino – sono ad alto rischio con evidenti conseguenze sulla volatilità dei prezzi dei prodotti che sono alla base della dieta mediterranea.

Un caso emblematico per esempio è rappresentato dall'olio extravergine di oliva, dove il raddoppio dei costi della materia prima, e quindi l'aumento esponenziale dei prezzi del prodotto finito, ha costretto un consumatore italiano su 3 a ridurre il consumo, come ha rilevato una recente ricerca presentata in occasione del Cibus Lab a Bitonto lo scorso 8 marzo.

*"C'è una mutazione negli assetti fieristici e nella loro internazionalizzazione che vanno cavalcate perché altrimenti rischiamo di restare indietro rispetto agli altri paesi; non è solo questione di dove possiamo arrivare sfruttando questi mutamenti ma dove rimarremo se non lo facessimo. Sia un esempio quanto sta accadendo nel panorama delle piattaforme fieristiche fuori dall'Italia legate al mondo del vino. Eventi come Cibus sono molto importanti per fare il punto sulla situazione dei mercati domestici ed internazionali, ma anche l'opportunità, soprattutto per le PMI, per iniziare o accrescere il proprio percorso di internazionalizzazione, rafforzando la presenza e individuando nuove opportunità e nuovi mercati",* afferma **Matteo Zoppas, Presidente di ICE**.

*"Le fiere - continua - sono il punto di incontro tra buyer esteri, che arrivano in Italia anche grazie all'Agenzia ICE, e gli imprenditori italiani, soprattutto quelli delle PMI, che hanno la possibilità di*



**PARMA.MAY.7|10MAGGIO.2024**

*stringere i rapporti e concludere contratti che in alcuni casi potrebbero far raddoppiare il fatturato in pochi anni. Stiamo assistendo ad una forte accelerazione di tutto il Sistema paese, attraverso l'intensa collaborazione tra ICE, CDP, Sace e Simest, sotto la guida dei ministeri coinvolti che anche loro stanno serrando i ranghi, nel sostegno agli imprenditori che vogliono andare all'estero. Un esempio della capacità di far sistema è senza dubbio l'operazione che ha portato la pasta italiana nello spazio e che rappresenta un'opportunità promozionale incredibile per la cucina italiana soprattutto se la colleghiamo alla candidatura a Patrimonio immateriale UNESCO promossa dai ministri Sangiuliano e Lollobrigida. Dobbiamo essere bravi a sfruttare queste attività di promozione perché la cucina italiana non è solo valore numerico ma ha un ruolo ed un valore strategico per l'Export italiano nel mondo", conclude Zoppas.*

Esempi che evidenziano nel complesso come l'Industria alimentare nazionale, nonostante sia strutturalmente "ostaggio" dei trader internazionali per circa un terzo delle materie prime, continua a competere e a crescere grazie ad una straordinaria flessibilità e creatività che ha consentito ai consumatori italiani di non impoverire troppo il proprio carrello della spesa e ai distributori internazionali adattare rapidamente i propri assortimenti per non perdere troppi volumi.

*"Il futuro del Made in Italy Alimentare - afferma Antonio Cellie, Amministratore Delegato di Fiere di Parma - dipenderà dalla sua capacità di continuare ad innovare e investire restando fedele a tradizioni e territori. Dall'osservatorio privilegiato di Cibus siamo molto fiduciosi rispetto alla consistenza delle nostre imprese e dei nostri prodotti. Negli ultimi anni abbiamo ulteriormente incrementato il value for money della nostra offerta che diventa sempre più interessante per le principali geografie del nostro export a tutto vantaggio della bilancia commerciale e delle varie filiere".*

In questa chiave Cibus ha promosso e realizzato un **Osservatorio sul settore food, che Fiere di Parma svilupperà in collaborazione con il CERSI, Centro di Ricerca per lo Sviluppo Imprenditoriale dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.** Un Monitor per offrire a imprenditori, manager e policy-makers un quadro costantemente aggiornato sull'andamento internazionale del settore food, fornendo indicazioni utili ai fini della ricerca di opportunità di sviluppo commerciale nei mercati esteri attraverso una metodologia comparata e costantemente aggiornata.

Già in occasione del salone verrà presentato in anteprima un primo nucleo di dati della ricerca volta ad analizzare i trend della competitività delle principali regioni del mondo (Europa, America, Asia). Uno studio che vedrà la sua piena realizzazione in autunno, con l'analisi dei dati sulle esportazioni di 11 Paesi chiave: Italia, Germania, Spagna, Portogallo, Polonia Belgio, Paesi Bassi, USA, Cina, Brasile e Thailandia. L'obiettivo è fare un assessment sulla competitività internazionale di ciascun paese, attraverso l'analisi dell'evoluzione della posizione competitiva negli ultimi cinque anni e dei principali mercati di destinazione dei prodotti alimentari.

**CIBUS 2024. IL FORMAT**



**PARMA.MAY.7|10MAGGIO.2024**

La manifestazione di riferimento per il settore agroalimentare Made in Italy, frutto della consolidata collaborazione tra Fiere di Parma e Federalimentare, presenta una 22esima edizione che quest'anno supererà ogni altra per numero di espositori (oltre 3.000 brand e una lista di attesa di 600 aziende) e per la presenza di buyer della grande distribuzione italiana e internazionale - ad oggi quasi 2.000 già registrati - provenienti da mercati come Stati Uniti, Germania, Spagna, Francia, Regno Unito e Medio Oriente. Il 2024 sarà inoltre l'anno dei Paesi dell'area Asean, con il ritorno della Cina, la grande assente durante la pandemia, e un'importante delegazione dal Giappone.

Cibus - 120mila mq di superficie espositiva distribuita su 8 padiglioni - offrirà uno spaccato completo del settore alimentare italiano, presentando in fiera tutto il meglio dei principali settori dell'Agroalimentare Made in Italy: formaggi e derivati del latte, carni e salumi, gastronomia e prodotti surgelati, oltre alla sezione grocery, con pasta, dolci, conserve e condimenti, pilastro del nostro export agroalimentare.

A Parma, grazie alla collaborazione con Agenzia ICE, saranno infatti presenti buyer, category manager e responsabili acquisti delle più importanti catene di supermercati, tra cui hanno già aderito Loblou e Metro Canada, Albertsons, Central Market, H-E-B, Hy-Vee, Walmart, Whole Foods Market USA (dal Nord America); Grupo Pao de Açucar, Alkosto, Tottus e Cencosud (dal Sud America); Billa, Rewe, Spar, Colruyt, Metro, Iki, Maxima, Hanos, Jumbo Supermarkten, Auchan Retail, Sonae, Eroski, Manor, Migros, Marks & Spencer, Ocado, Waitrose (dall'Europa); Aeon, Itochu, Kato Sangyo, Ok Corporation, City Super Shanghai, Hyundai Green Food, Lotte Mart, Nongshim (dall'Asia); Lulu Group, Shufersal (dal Medio Oriente), Pick n Pay, Woolworths, Coles da Sud Africa e Australia.

Saranno altresì presenti le realtà di riferimento a livello internazionale per l'horeca, così come gli importatori e i distributori chiave per il Made in Italy nel mondo, tra questi per esempio Kehe Distributors, US Food, Baldor, Atalanta, Sysco, Bidfood, Angliss, Classic Fine Food, Sodexo, Winterbotham Darby, AMS Sourcing, Dagab, Haugen Gruppen, Coop Trading, Sligro, Transmed, Choitrams, Truebell, Ali bin Ali, Bright View, COFCO, Emporium Corporation, Giraud Restaurant System, Monte Bussan Global Pacific Victory, Gourmet Partner, Food Gallery Limited, Jagota.

Una nutrita presenza internazionale, risultato del roadshow che Cibus ha sviluppato nell'ultimo anno nei principali mercati insieme ad Agenzia ICE. Un tour globale che ha già toccato Colonia, Shanghai, Las Vegas e che vedrà tra le prossime tappe Dubai e Tokyo, per concludersi tra giugno e ottobre a New York (USA) e Parigi.

Tantissimi i Top Buyer che potranno vivere l'esperienza immersiva dei Cibus Destination, un programma di retail e technical tour altamente coinvolgenti, organizzati nel territorio e all'interno delle aziende della Food Valley. Previsti anche tour *on site*, tra gli stand di Cibus, con visite e degustazioni dedicate alle richieste ed esigenze specifiche dei top buyer italiani ed esteri. Prodotti regionali, fuori casa, innovazione, prodotti di nicchia e per il segmento fine dining: sono solo alcuni percorsi di scoperta che guideranno i visitatori professionali tra gli stand della fiera.

Lo spazio, collocato strategicamente all'ingresso del padiglione 7 (ingresso Ovest), ospiterà alcune aree di successo di Cibus, come l'Innovation Corner - la vetrina espositiva delle novità di prodotto



**PARMA.MAY.7|10MAGGIO.2024**

presentate in fiera dagli espositori – e la Startup Area nata in collaborazione con Le Village di Crédit Agricole.

Per la prima volta a Cibus “T-OWN”: un progetto che, in modo originale, presenterà le idee e le iniziative messe in campo dalle aziende agroalimentari per informare i consumatori finali delle caratteristiche sociali, energetiche e nutrizionali dei singoli prodotti. Una call for ideas progettata dallo spin off T\_OOL.

Tra le anticipazioni, anche un ricco programma di convegni e iniziative dedicato all’*Authentic Italian Food&Beverage*. Il focus interesserà tre grandi filoni tematici: i nuovi equilibri tra distribuzione e industria di marca, esplorando le ricadute sulla filiera dopo i recenti patti anti-inflazione; la protezione e valorizzazione del patrimonio gastronomico tradizionale attraverso il confronto delle diverse esperienze e best practice dei consorzi nazionali ed esteri; i percorsi tematici negli spazi di Cibus dedicati agli operatori dell’Ho.Re.Ca.

---

## **CONTATTI CON LA STAMPA**

Ufficio stampa Cibus I Mirandola Comunicazione

Antonella Maia | [antonella.maia@mirandola.net](mailto:antonella.maia@mirandola.net) | cell 349.4757783

[www.mirandola.net](http://www.mirandola.net)

Ufficio stampa Federalimentare

Ital Communications

Gioia Tagliente

[pressoffice@italcommunications.it](mailto:pressoffice@italcommunications.it)

Mob. +393470186004