



Comunicato stampa

CIBUS E PARMA 2020: QUANDO IL FOOD DIVENTA CAPITALE DELLA CULTURA

La cultura di un cibo sano e sostenibile, rilancio dei consumi interni, legame con il territorio e la flessibilità come chiave dell'export - Ne parleranno a Cibus dall'11 al 14 maggio i protagonisti dell'industria e della distribuzione dandosi appuntamento il 4 maggio 2021

(Milano, 20 febbraio 2020) – Cibus, grazie a Federalimentare ed ICE/ITA, intraprende un percorso virtuoso che lo porterà ad essere sempre più la piattaforma permanente del Food Authentic Italian. Si parte in maggio con un'edizione che si preannuncia storica anche in termini del flusso dei visitatori. Tenendo conto dei provvedimenti presi da alcuni eventi fieristici che hanno deciso di posticipare o annullare alcuni appuntamenti in programma come forma di prevenzione per il Coronavirus, Cibus 2020 è destinato ad essere l'evento chiave per il food Made in Italy sul panorama internazionale.

Sarà inaugurato lunedì 11 maggio con un evento chiave dedicato al confronto tra industria alimentare e distribuzione per elaborare, attraverso uno studio di settore condiviso, una strategia di rilancio dei consumi alimentari interni, fondamentali per consolidare gli straordinari progressi quali-quantitativi della filiera agroalimentare. Considerando le dinamiche che impattano i mercati internazionali, rendendoli volatili, il rilancio dei consumi interni e la ricerca di nuove geografie per l'export risultano azioni decisive per la salute del settore. In quest'ottica la strategia di Cibus è quella di assumere sempre più un ruolo di booster del made in Italy alimentare, sia promuovendo nuove iniziative volte al consolidamento del settore del fuori casa italiano (come il nuovo evento Flavor, a Firenze dal 4 al 6 ottobre) sia annualizzando Cibus per favorire le scelte assortimentali dei buyers nazionali e internazionali.

Cibus annualizzato risponde anche ad una necessità espressa dai top buyer di cui riportiamo di seguito qualche testimonianza.

“Apprendo con piacere che Cibus si terrà ogni anno – ha dichiarato Tom Berger, buyer di Guido'S Fresh Marketplace, USA – E' una fiera importante che mi consente di incontrare miei fornitori e vecchi e nuovi partner per forti sinergie di business”.

“Sono contento che abbiate deciso di organizzare anche nel 2021 – ha detto Usman Kallukothiyil della Five Group Trading Company, Qatar – una fiera che è interamente dedicata ai prodotti alimentari italiani. Ci sarò”.

“Trovo assai interessante che Cibus 2021 – ha riferito Michael Del Mastro, di Del Mastro, Danimarca – avrà le stesse caratteristiche di Cibus 2018 e Cibus 2020, un appuntamento che non ho mai mancato”.

Fiere di Parma crede fermamente nel progetto di annualizzazione per cui ha approntato un budget di oltre 5 milioni di euro per il programma di incoming dei buyer inoltre sulla base del successo riscontrato dal programma di Factory Tour sul territorio della Food Valley emiliana. E per sviluppare questa iniziativa, Cibus ha creato una nuova figura aziendale, il “Destination Manager” per poterlo replicare su tutto il territorio nazionale, offrendo ai top buyer, sia italiani che esteri, un’esperienza completa di Food Authentic Italian.

*“Cibus è già l’unica grande fiera internazionale che espone solo i prodotti alimentari italiani e la sua mission è anche quella di fungere da volano per far crescere il consumo interno – ha dichiarato **Antonio Cellie, ceo di Fiere di Parma** – Continuiamo a guardare ai mercati esteri, ed anzi abbiamo potenziato budget e contenuti per l’incoming dei buyer esteri, ma le gravi problematiche che affliggono il commercio internazionale devono orientarci ad un recupero di quote nel mercato nazionale. Una strategia che andremo a sviluppare con la Distribuzione e i gli operatori del Fuori Casa”.*

La quota di export del settore agroalimentare rimane comunque un motore di traino per l’industria agroalimentare. Infatti, nel 2019 l’export è cresciuto del 6.6% rispetto all’anno precedente.

*"Essere il secondo comparto produttivo del Paese con numeri che sono in controtendenza con il resto dell’industria italiana è un grande merito dei nostri prodotti e del nostro know how, ma è al tempo stesso una grande responsabilità – ha spiegato **Ivano Vacondio, Presidente di Federalimentare** - Non possiamo permetterci passi falsi e dobbiamo tentare il tutto per tutto per difendere le nostre eccellenze dai rischi che incombono sul settore del food & beverage.*

*“I dazi e la Brexit sono senza dubbio una minaccia perché possono giocare un ruolo fondamentale nella nostra unica fonte di crescita, l’export, a cui è ancorata la produzione alimentare – ha detto ancora **Vacondio** - ma è mia convinzione che i consumatori stranieri comprino il cibo italiano perché è buono, unico ed inimitabile e nonostante il prezzo. La vera minaccia, invece, ha a che fare con la salute di tutti e si chiama Nutriscore. Con i suoi principi semplicistici, discriminatori e penalizzanti, peraltro senza alcun fondamento scientifico, cerca di minare i pilastri della dieta mediterranea, spaventando al tempo stesso il consumatore che, se è disposto a spendere di più per comprare prodotti buoni, potrebbe non essere disposto a spendere un centesimo per cibi che vengono bollati da questo sistema di etichettatura come ‘non salutari”.*

*“È soprattutto in nome di questa battaglia – ha sottolineato **Vacondio** - che mettere in mostra i nostri prodotti e il know how di chi li crea diventa fondamentale. Al di là delle incognite internazionali, infatti, l’unico punto fermo resta il valore di ciò che produciamo, la sua straordinaria eccellenza. Ed è questa eccellenza che esponiamo a Cibus, la più grande fiera del food authentic italian, con l’obiettivo di dare un segnale forte: il nostro food&beverage è una ricchezza tutta italiana, ma al servizio del mondo”.*

Cibus rimarca la sua attenzione a supportare l’espansione sui mercati internazionali, attraverso il lancio di un nuovo progetto: M*EATING Italy a Expo di Dubai 2020 (aprile – ottobre). Si tratta di uno spazio ristorazione innovativo nel quale sarà possibile non solo apprezzare il meglio della cucina italiana e delle eccellenze del Made In Italy ma che rappresenterà un palcoscenico privilegiato per promuovere i campioni della creatività italiana.

Il complesso agroalimentare ha saputo rispondere positivamente alla richiesta dei consumatori di prodotti sempre più sostenibili, sicuri, nutrienti e salubri. E Cibus 2020, che si terrà a Parma dall'11 al 14 maggio, promette di presentare uno spiccato profilo green, www.cibus.it. Nel Cibus Innovation Corner verranno esposti i prodotti selezionati da un pool di esperti per capacità innovativa nella valorizzazione del territorio, ma anche della sostenibilità della filiera produttiva. E non mancheranno i percorsi tra i corridoi della fiera che guideranno i visitatori verso i prodotti Bio, Free From e Vegani. Oltre 3.000 espositori presenteranno i nuovi prodotti a più di 80 mila operatori commerciali, tra i quali circa 3mila top buyer esteri.

Tra i tanti convegni, spicca quello promosso dalla Fondazione Barilla in collaborazione con Cibus: "La transizione verso sistemi alimentari più sostenibili: analisi e prospettive". Verranno presentate le principali sfide che i sistemi agroalimentari mondiali devono affrontare, con un approfondimento del caso italiano, per accelerare i progressi verso l'attuazione degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile e per individuare percorsi di sostenibilità efficaci verso la realizzazione dell'Agenda 2030. L'approccio strategico alla sostenibilità e all'innovazione sarà messo in risalto da case history di aziende italiane.

PER INFORMAZIONI ALLA STAMPA:

Ufficio stampa Cibus

Fanini Ufficio Stampa

Tel 339 6668750 – 340 7773887

Sito Web: <https://www.cibus.it/>

