

Comunicato stampa

Cibus 2027 sold out L'annuncio a Parigi

Ad ottobre già occupato il 92% dello spazio espositivo. Attesi a Parma 3.000 brand e 3.500 buyer da 80 Paesi. Confermate tutte le aziende leader e i consorzi DOP e IGP; caffè, bakery e confectionery e fuori casa tra i focus della prossima edizione. I numeri presentati a Parigi.

(Parigi, 19 ottobre 2026) – A sette mesi dall'apertura, **Cibus 2027 (4-6 maggio 2027)** è ormai sold out. Oltre il **90%** della superficie espositiva disponibile è già stato assegnato e tutti i grandi espositori hanno confermato il ritorno a Parma. Sono attesi **3.000 brand e 3.500 buyer** provenienti da **80 Paesi**, con un focus speciale dedicato alla Corea del Sud.

Fiere di Parma ha presentato ieri a Parigi, i primi numeri e le novità della prossima edizione di Cibus, durante "The Italian Aperitivo", il format itinerante che si è svolto nella sede dell'Automobile Club de France. L'iniziativa, promossa in collaborazione con ANUGA COLONIA (Koelnmesse) e il Consorzio Parmigiano Reggiano DOP, ha riunito 300 ospiti, metà dei quali top buyer internazionali.

I primi numeri di Cibus arrivano mentre il ruolo delle grandi fiere sta cambiando: non più soltanto luoghi nei quali domanda e offerta si incontrano, ma strumenti di politica industriale, capaci di sostenere le filiere, presidiare nuovi mercati e accompagnare le imprese nei processi di internazionalizzazione.

La manifestazione parte da un'identità precisa, quella di casa del Made in Italy agroalimentare, delle sue filiere, dei territori e delle produzioni certificate, e la porta su una dimensione sempre più internazionale. Sono attese **18 Regioni e oltre 50 realtà tra Consorzi DOP, IGP e STG**. Proprio il mondo delle produzioni certificate sarà uno degli assi principali dell'edizione 2027, con un programma di incontri, approfondimenti e dimostrazioni dedicati al rapporto tra origine, filiere e mercato.

“L'Italia sta rafforzando la propria centralità nel food business internazionale perché può contare su una combinazione difficile da replicare: una filiera agroalimentare forte, territori produttivi riconoscibili e due piattaforme come Cibus e TUTTOFOOD capaci di trasformare questa base industriale in relazioni di mercato e attrazione internazionale. La competizione non si gioca più soltanto tra singole manifestazioni, ma tra sistemi fieristici che sempre di più diventano infrastrutture di mercato, strumenti attraverso cui le imprese diversificano gli sbocchi commerciali e presidiano geografie più complesse”, afferma **Antonio Cellie**, Amministratore delegato di Fiere di Parma.

Secondo i dati AEFI, l'Italia è oggi la quarta potenza fieristica al mondo e la seconda in Europa, con oltre 4,2 milioni di metri quadrati di superficie espositiva. Il sistema genera 22,5 miliardi di euro di impatto economico sui territori e circa 203.000 posti di lavoro. Nel 2025 la superficie espositiva venduta è cresciuta del 5% e le imprese che partecipano alle fiere registrano tassi di crescita quasi doppi rispetto a quelle che non utilizzano questo strumento.

Anche il confronto tra Italia e Francia offre una misura di quanto il sistema fieristico possa incidere sulla competitività e sulla capacità di tenuta dell'agroalimentare. Secondo i dati elaborati da Eurostat, OCSE e istituti statistici nazionali tra il 2019 e il 2025 l'inflazione alimentare cumulata è stata del 25,9% in Francia e del 27,4% in Italia. A fronte di una pressione sui prezzi sostanzialmente comparabile, i consumi alimentari domestici sono cresciuti dell'1,2% in Francia e del 5,6% in Italia, mentre quelli fuori casa sono diminuiti rispettivamente del 9% e del 4%.

Una scenario confermato dai numeri del comparto: nel 2025 l'export agroalimentare italiano ha superato i 72 miliardi di euro. Nei primi mesi del 2026, in un quadro internazionale più complesso, le esportazioni del settore si sono mantenute sostanzialmente sui livelli dell'anno precedente.

CIBUS 2027 - SEZIONI E AREE SPECIALI

È in questo contesto di grandi cambiamenti che si colloca Cibus 2027. Accanto ai comparti che storicamente ne definiscono l'offerta, dai formaggi e latticini alla carne e ai salumi, dai surgelati e prodotti freschi alle bevande, fino al dolciario, ai prodotti da forno e alle eccellenze regionali, la prossima edizione rafforza il suo rapporto con il settore dell'Horeca - da sempre vetrina di grande rilievo e prestigio per il prodotto Authentic Italian Food & Beverage. I focus principali riguarderanno le **catene di ristorazione commerciale** - cui Cibus dedicherà una grande convention, accompagnata da progetti e percorsi costruiti a misura di operatore dell'Horeca - e il mondo dell'**onboard catering**, con particolare riferimento ai comparti catering aereo e crociere.

L'impegno di offrire un'esperienza su misura per i professionisti dell'ospitalità porterà, inoltre, a raffinare il lavoro sui segmenti a maggiore specializzazione. **"Specialty Selection"** riunirà una selezione di micro-produttori italiani di eccellenza destinata al retail specializzato e all'horeca di qualità, mentre **"Bellavita Expo"** porterà in fiera la propria esperienza internazionale nella promozione dei prodotti premium italiani sui mercati esteri.



Accanto all'area espositiva, Cibus svilupperà un programma di premi e approfondimenti dedicati alle professionalità e alle trasformazioni della distribuzione alimentare. Saranno almeno cinque i riconoscimenti previsti, tra cui il "**Gran Premio del Formaggiaio**", organizzato dalla Gilde de Fromagers e dedicato ai professionisti del banco formaggi e ai gastronomi specializzati.

Tornerà inoltre la "**Cibus Link Arena**", sviluppata in collaborazione con Cibus Link di PR Italia Edizioni, che ospiterà un osservatorio di livello europeo sulla Private Label, autentico pilastro dell'offerta fieristica di Cibus. Non a caso, la fiera ad oggi conta oltre il 65% di espositori che annoverano all'interno dei loro assortimenti delle linee di white o private label e mettono il loro know how a disposizione dei più disparati mercati internazionali, grazie all'esperienza maturata in patria a contatto con l'esigente retail italiano .

Un ulteriore osservatorio sarà dedicato al fresh convenience, con un confronto tra l'esperienza italiana e le best case internazionali.

TUTTOFOOD 2028 - ANTEPRIME

La crescita di Cibus si inserisce nella più ampia strategia food di Fiere di Parma, che comprende anche lo sviluppo di **TUTTOFOOD Milano**. Nel 2028 la manifestazione milanese potrà contare su ulteriori **30.000** metri quadrati lordi di capacità espositiva, pari a circa 15.000 metri quadrati netti.

Sul fronte internazionale, TUTTOFOOD ha avviato una partnership con APAS, Associação Paulista de Supermercados, con l'obiettivo di sviluppare un rapporto sempre più strutturato con i mercati dell'America Latina e promuovere il Brasile tra i Paesi focus dell'edizione 2028.

Nella prossima edizione debutterà inoltre *The Global Date Experience*, che porterà a Milano i grandi Paesi dell'area MENA produttori di datteri, con l'obiettivo di aprire uno spaccato su questo prodotto e raccontarne le molteplici qualità che lo rendono eccellente come ingrediente di prodotti trasformati complessi, nonché nella ristorazione di taglio premium.

Ufficio stampa Fiere di Parma/Cibus

Maia PR & Communications | Antonella Maia | press@antonellamaia.com | Cell. 349-4757783

