

Due mesi dalla chiusura della sua prima edizione, coronata da un indiscutibile successo, Tuttofood - la mostra professionale di Fiera Milano dedicata all'alimentare - ha avviato trattative con i vertici del Nasft, l'Associazione Nazionale per il Commercio delle Specialità Alimentari, che organizza Fancy Food, il salone di riferimento per il comparto negli Stati Uniti. Al centro dei colloqui, un programma di scambio di buyer che offrirà un nuovo, valido servizio agli operatori di entrambe le manifestazioni. Il progetto, i cui dettagli saranno definiti a breve, prevede, oltre allo scambio reciproco di visitatori professionali, anche una cooperazione nello sviluppo di workshop e nella promozione delle manifestazioni nei

# FIERA MILANO

Dopo l'ottimo "debutto" Tuttofood punta a rafforzare la sua internazionalità e guarda agli Usa



## TUTTOFOOD

MILANO WORLD FOOD EXHIBITION



mercati emergenti. "È un importante passo - afferma Michele Perini, presidente di Fiera Milano spa - che conferma l'impegno di Fiera Milano nel settore alimentare, economicamente strategico per il nostro Paese e va nella direzione di rafforzare la dimensione internazionale di Tuttofood. Siamo molto soddisfatti: gli Usa rappresentano infatti il secondo mercato per il nostro export alimentare. Abbiamo qui l'opportunità di avvantaggiarci dell'esperienza e della collaborazione dell'associazione statunitense che rappresenta il trade del settore e di sviluppare una relazione di lavoro con reciproco beneficio".

Un debutto vincente

Fiera Milano è dunque già all'opera per rendere ancora più "appetibile" il suo salone professionale dell'alimentare, il cui debutto lo scorso maggio ha fatto registrare numeri lusinghieri: 20.000 visitatori, di cui il 20% esteri; 1.200 espositori; 30.000 mq netti occupati dagli stand in quattro grandi padiglioni. Sono stati quattro giorni di intensa attività, tutti concentrati sul business e l'aggiornamento professionale. "Abbiamo cercato di caratterizzare e distinguere Tuttofood

## E Tuttofood premia i migliori formaggi in mostra

La mostra dell'alimentare di Fiera Milano ha lanciato la prima edizione del "Tuttofood Cheese Award", un riconoscimento riservato agli espositori del salone e diretto a valorizzare i migliori formaggi in mostra, al fine di favorirne la conoscenza e rafforzarne la presenza sui mercati internazionali.

Due sono state le categorie in gara: formaggi dop e formaggi di nicchia. A vincere la sezione formaggi dop è stata la "mozzarella di bufala" del Caseificio La Marchesa di Taverola (Ce), mentre per i formaggi di nicchia ha vinto il premio la "burrata in foglia", della Cooperativa Allevatori di Putignano. I vincitori ora potranno fregiarsi del marchio di qualità Tuttofood, che sarà riportato sul packaging dei prodotti.

A giudicare i formaggi non soltanto degustatori professionali e gourmet, ma anche "consumatori esigenti". La giuria era infatti costituita da una banconista,

da un rappresentante dell'Onaf (Organizzazione nazionale assaggiatori formaggi), da un giornalista del settore alimentare della rivista *Lebensmittel Zeitung*, da uno chef membro della UIR (Unione Italiana Ristoratori) e da un importatore Usa. Madrina d'eccezione dell'evento è stata Maria Teresa Ruta, noto personaggio televisivo e attenta osservatrice della corretta alimentazione, che ha voluto tenere a battesimo questo importante evento.



– spiega Ernesto Calaprice, amministratore delegato di Sifa, la società del Gruppo Fiera Milano che organizza la mostra – con tre elementi: qualità del visitatore, innovazione e soprattutto internazionalità. Un'internazionalità testimoniata dal grande numero di buyer esteri della grande distribuzione e ristorazione. Da non dimenticare, poi, che la valorizzazione di questa mostra supporta la candidatura di Milano all'Expo del 2015, per il quale siamo in lizza proprio con il tema *Nutrire il Pianeta*".

Molte occasioni di approfondimento

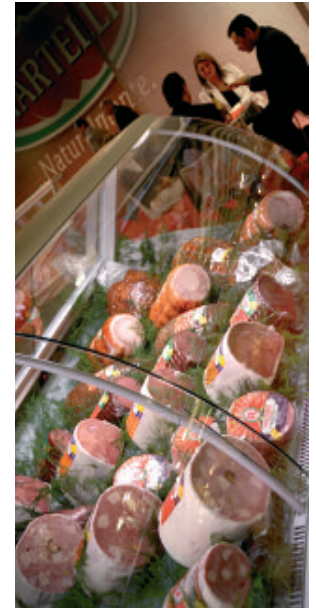
Va sottolineato che Tuttofood non è stato solo un importante evento commerciale. I quattro giorni di manifestazione sono stati infatti arricchiti da importanti mo-

**Sulla scia del successo della prima edizione – 20.000 visitatori (20% esteri); 1.200 espositori; 30.000 mq netti occupati dagli stand – Tuttofood intensifica il proprio impegno internazionale, come dimostrano i contatti con il Nasft, l'organismo che organizza Fancy Food, il salone di settore negli Usa.**



menti informativi e di approfondimento delle tematiche più attuali del

comparto. Tra essi figurano il forum degli olii alimentari; il convegno



sulla valorizzazione in chiave salutistica dei prodotti derivati dal latte di capra; l'ottavo congresso di Scienza e tecnologia degli alimenti CISETA.

Infine, Tuttofood è stato una preziosa occasione per valorizzare il food made in Italy non solo con la qualità della proposta espositiva, ma anche attraverso eventi di grande richiamo come "Il mondo in un piatto", diretto alla valorizzazione della grande cucina italiana nel mondo, e il premio Cheese Award, di cui sono stati insigniti i migliori formaggi in mostra.

## Il cibo del futuro... in vetrina a Tuttofood

Cibo cosmetico, cibo molecolare, cibo solare, cibo bioefficiente, cibo interattivo, mediatico, olistico, caritatevole, divertente... in una parola: cibo del futuro. Un futuro che, in effetti, è già parte nella nostra vita quotidiana.

Sulla tavola di Tuttofood si è aperta una finestra importante, con un evento-mostra che ha informato, stupito e provocato: "Nemo Next Food: il futuro come non lo avete mai assaggiato", evento realizzato con la collaborazione di NemoLab e Food Design Studio. NemoLab dal 2005 cura il rapporto annuale "Future Menu": uno scenario approfondito che racconta le trasformazioni in atto nel mondo del retail e dell'offerta dei prodotti e servizi nel settore food, dalle evoluzioni degli alimenti e delle preparazioni alle nuove modalità di consumo e di stili di vita.



Fiore all'occhiello di Nemo Next Food è stato il cioccolato interattivo. Si tratta di una tavoletta dotata di un codice non riportato sulla confezione, ma parte del prodotto stesso. Il codice viene letteralmente mangiato con il cioccolato, ma prima, se fotografato, consente al consumatore di conoscere la storia di quella tavoletta, la provenienza e le caratteristiche del cacao, gli abbinamenti giusti, le proprietà nutritive, le caratteristiche della lavorazione. Il consumatore può dialogare con l'azienda produttrice, di cui diventa punto di riferimento, testare il prodotto e mettere in condivisione con la community e il brand il proprio know-how, i suoi suggerimenti e giudizi. Insomma, è l'ultima frontiera della rivoluzione dei codici, che sposa tecnologia dell'informazione e qualità del cibo: quella del codice che si mangia.



**FIERA MILANO**

FIERA MILANO spa  
SS Sempione, 28  
20017 Rho (Mi)  
Tel. 02.49971  
Fax 02.49977379  
www.fieramilano.it