

NELL'ANNO DEL CIBO, CIBUS SI CONFERMA LA PIATTAFORMA ITALIANA PER LA VALORIZZAZIONE DEL COMPARTO ALIMENTARE

Prime anticipazioni della 19° edizione di Cibus - Le previsioni di Federalimentare per il comparto alimentare nel 2018 - I mercati esteri che si aprono al made in Italy

(Milano, 24 gennaio 2018) - Cibus prepara un'edizione speciale per celebrare il 2018, proclamato dal Governo italiano "Anno del Cibo", e per favorire la crescita produttiva e l'esportazione dei prodotti alimentari made in Italy. Sono attesi a Parma, dal 7 al 10 maggio, più di 3.000 aziende espositrici ed un numero crescente di operatori e buyer, sia italiani che internazionali. Per i prodotti più innovativi sarà allestita un'area dedicata, il programma di "incoming" dei buyer esteri è stato rafforzato, sarà inaugurato un nuovo padiglione espositivo.

La 19° edizione di Cibus cade in una congiuntura favorevole in cui l'economia italiana investe e spera in una ripresa. Il comparto alimentare chiude il 2017 con risultati rilevanti: l'export è aumentato del +7% sull'anno precedente ed anche le vendite sul mercato interno fanno segnare una debole ma incoraggiante crescita del +0,8%. Per quanto riguarda l'export dell'industria alimentare la stima a fine 2017 è di 32,1 miliardi di euro.

Arrivati ad un fatturato complessivo di 137 miliardi di euro (190 circa se consideriamo l'intero comparto agroalimentare, comprensivo del primario), le industrie italiane puntano nel 2018 a rinnovare il buon passo del 2017, con aumenti di produzione ed export prossimi, rispettivamente, al +2% e al +7%, e un aumento delle vendite interne più tonico, fra il +1% e il +2%.

I mercati principali dell'export alimentare, oltre all'Europa e agli Stati Uniti d'America, sono Canada, Giappone, Australia, Russia, e per quanto riguarda l'Asia: Cina, Hong Kong, Corea del Sud, Thailandia, Taiwan.

Il ruolo di Cibus di piattaforma per l'esportazione sarà confermato dall'arrivo a Parma dei buyers delle più importanti catene di distribuzione, tra cui: Metro Canada, H-E-B, Sam's Club, Publix Supermarkets, Wakefern, Whole Foods e Kehe Distributors (dal Nord America); Grupo Pao de Açúcar e Cencosud (dal Sud America); Mercadona, Coop Suisse, Rewe Group, Auchan Retail, Delhaize, Axfood, Sodexo, Marks&Spencer (dall'Europa); Womai, Metro Cash&Carry China, BHG Group, Daimaru, Aeon Group, Lotte, Emart, Village Grocer (dall'Asia); Panda, Carrefour, Lulu Hypermarket e Spinneys (dal Medio Oriente)

Tra i retailers esteri più attivi Auchan Retail Italia, da anni impegnata nella promozione del food and beverage made in Italy, sarà presente con un'area propria in cui presenterà a importatori, professionisti e buyer esteri la propria azione internazionale per valorizzare i prodotti alimentari italiani; saranno anche presenti buyer e manager di Auchan Retail da tutto il mondo (Francia, Lussemburgo, Spagna, Portogallo, Ungheria, Polonia, Romania, Russia, Ucraina, Cina, Taiwan, Vietnam).

Lo scouting e il recruiting dei buyers esteri chiave è stato condotto insieme a ICE e anche attraverso un roadshow internazionale che Cibus ha sviluppato nei principali mercati obiettivo: alla fiera Anuga in Germania, a Parigi e nei prossimi mesi Londra, Amburgo, a Tokyo nei giorni della fiera Foodex, al Summer Fancy Food di New York.

Tra le anticipazioni di Cibus2018 un nuovo padiglione edificato per soddisfare una richiesta di espositori sempre più crescente in numero e superficie: un'area dedicata ai più innovativi e più originali prodotti alimentari immessi sul mercato, selezionati da una giuria di esperti. In occasione di Cibus 2018, sarà presentato il Padiglione 8 riservato alle collettive istituzionali dedicato quindi alle specialità regionali e collettive istituzionali. Un nuovo layout che accoglierà Food Court delle regioni italiane con uno spazio dedicato alla ricettazione e allo show cooking area degustazione "all-in-one", il tutto strutturato come una galleria di sapori e degustazioni, gestito da chef specializzati e scuole di ristorazione.

Sarà più esteso il programma dei convegni e seminari, con novità assolute come l'evento sul marketing In Store organizzato da Università di Parma e IPSOS: nuove tecnologie di riconoscimento facciale del consumatore che entra nel punto vendita per promozioni personalizzate; scaffali lineari sperimentali con minore profondità di scelta ma inalterato spazio espositivo e ulteriori tematiche di attualità in ambito retail marketing.

Cibus (e Cibus Connect, che si organizza negli anni dispari) diviene anche osservatorio sulla realtà food and beverage

italiana: grazie alla collaborazione con IRI (Information Resources Inc.), propone ogni mese trends e approfondimenti, tramite la newsletter di Cibus e la loro pubblicazione sul sito Cibus.it.

*"Il 2018 per l'agroalimentare italiano promette di essere un anno all'altezza del 2017 - ha dichiarato **Luigi Scordamaglia, Presidente di Federalimentare** - Alle performance eccezionali dell'export, che fanno sembrare non solo raggiungibile ma anche superabile la soglia annunciata durante Expo2015 dei 50 miliardi entro il 2020, infatti, si andrà ad aggiungere una timida ma già ben visibile ripresa dei consumi interni".*

"Buoni auspici, questi, che andranno sostenuti con il definitivo superamento della conflittualità di filiera e con un definitivo rilancio e consolidamento del mercato unico europeo a fronte delle troppe iniziative legislative dei singoli Stati membri - ha detto ancora Scordamaglia - A livello nazionale l'industria alimentare sente forte la responsabilità di rilanciare e valorizzare la produzione agricola nazionale assicurando attraverso contratti di fornitura trasparenti ed a lungo termine la disponibilità qualitativa e quantitativa di materia prima agricola nazionale da valorizzare da parte dell'industria di trasformazione italiana.

"L'altra grande sfida riguarda Bruxelles - ha concluso il Presidente di Federalimentare - che deve ritrovare una nuova centralità in termini di politiche comuni in materia alimentare. Un segnale in questo senso il regolamento Ue sull'origine in etichetta, ora in consultazione, che deve definitivamente fare chiarezza una volta per tutte superando quella serie di norme nazionali che creano standard di trasparenza diversi per i consumatori e creano condizioni di disparità di concorrenza tra i diversi produttori comunitari.

Sul ruolo di Cibus come piattaforma dell'alimentare made in Italy è intervenuto **Antonio Cellie, Ceo di Fiere di Parma:**

"Cibus è ormai l'osservatorio privilegiato per comprendere le tendenze di un comparto sempre più strategico per il nostro Paese. Oggi più che mai l'agroalimentare non è solo il settore più importante in Italia, per addetti e valore aggiunto, ma è anche uno snodo decisivo per lo sviluppo del pianeta sul piano ambientale, sanitario e culturale. Per questo 80.000 professionisti di cui gran parte esteri si ritrovano a Parma ogni 2 anni".

"Cibus è lo specchio dei suoi 3.000 espositori, tutti Authentic Italian - ha concluso Cellie - imprese che riescono a competere nel mondo, a prescindere dalle dimensioni, grazie a straordinari standard qualitativi coniugati ad una prodigiosa flessibilità. Cibus è una kermesse unica di innovazione e di prodotti apprezzati dalla distribuzione e dalla ristorazione, di tutto il mondo, grazie a qualità e salubrità intrinseche nonché facilità di utilizzo e consumo".