

CHIUDE IL TUTTOFOOD DEI RECORD: È QUI CHE IL MONDO COMPRA IL GUSTO ITALIANO... E NON SOLO

I visitatori professionali certificati superano quota 78mila e gli appuntamenti business sono il doppio rispetto al 2013: sempre più anima business dell'agroalimentare. Ricerche ed eventi rafforzano anche il ruolo di osservatorio che anticipa l'innovazione

Milano, 6 maggio 2015 – Sono tutti da record i numeri dell'edizione di TUTTOFOOD che si chiude oggi in fieramilano a Rho.

Più **40,8%** per i **visitatori professionali certificati UFI**, che hanno toccato **quota 78.493**: rilevante l'incremento dei **visitatori esteri, +78,7%**, provenienti da **119 Paesi**. Gli italiani non sono da meno, registrano, infatti, un incremento del **25,3%**.

Ed è **autentico boom per i business match**: circa **2.100 top buyer** internazionali selezionati hanno incontrato i **2.838 espositori**, di cui **433 esteri**, in rappresentanza di **7.000 marchi**, in **11.790 appuntamenti** prefissati tramite l'agenda online Expo Matching Program.

*"Dai numeri di questa edizione, e in particolare quelli degli appuntamenti di business mirati – commenta **Corrado Peraboni, Amministratore Delegato di Fiera Milano** – emerge un verdetto chiaro: **TUTTOFOOD** è 'lo' strumento per eccellenza per l'ulteriore internazionalizzazione dell'agroalimentare italiano. Grazie a **TUTTOFOOD**, moltissime aziende medio-piccole di qualità hanno avuto accesso a mercati dove molto difficilmente avrebbero potuto farsi conoscere in altro modo. L'obiettivo dei 50 miliardi di export è sempre più alla portata del sistema food e noi stiamo facendo la nostra parte".*

Tra i Paesi internazionali meglio rappresentati dai buyer **USA, Belgio, Canada, Germania, Francia, Giappone, Regno Unito e Spagna** tra i mercati tradizionali, ma non mancavano nutrite rappresentanze da **Medio Oriente, India, Cina, Brasile, Australia** o anche da Paesi "particolari" come **Svezia, Lituania o Nuova Zelanda**.

Risultati ottenuti anche grazie alla stretta collaborazione con **ICE / ITA** - Italian Trade Agency, nello scouting dei buyer su numerosi mercati internazionali, e al fondamentale supporto delle Associazioni di categoria partner: **AIDEPI, ASSICA, AssoBirra, Mineracqua, UNAPROL, UNAS, UnionAlimentari**.

E le tendenze? Una survey qualitativa condotta sui top buyer internazionali durante la manifestazione rivela che i prodotti italiani sono richiesti nel

mondo, oltre che per l'**appeal della nostra enogastronomia**, anche perché hanno reputazione di **prodotti naturali, sicuri e di qualità**. Tra i mercati emergenti, **indiani e cinesi** sono i più sensibili al valore aggiunto di ingredienti *all-Italian* mentre i consumatori **medio-orientali** apprezzano soprattutto la **naturalità**. La ricerca della specialità originale e poco nota è invece il pallino di **americani e nordeuropei**.

TUTTOFOOD 2015 ha visto il debutto di nuovi settori, tra cui **Ittico** e **Gluten Free** – nel quale si è svolto il **Campionato Universale** – e che hanno completato l'offerta della manifestazione.

Diversi momenti di approfondimento hanno confermato TUTTOFOOD come osservatorio che anticipa trend e innovazione, oltre che momento irrinunciabile di business.

La prossima edizione di TUTTOFOOD, la sesta, è in programma **nel 2017, da domenica 7 a mercoledì 10 maggio a fieramilano**.

Ufficio Stampa Fiera Milano
Rosy Mazzanti – Simone Zavettieri
T: +39 024997.7457
E: press.tuttofood@fieramilano.it