

■ IV EDIZIONE / A Rho Fiera Milano tutto l'agroalimentare per gli operatori

Richiamo per i palati di tutto il mondo

Oltre 2mila gli espositori su 120mila mq di superficie espositiva. Ospitati 800 buyer da oltre 50 nazioni

Chi espone a Tuttofood (www.tuttofood.it) non punta a vendere i propri prodotti nei giorni della fiera a visitatori "mordi e fuggi" ma lo fa per pianificare il futuro della propria impresa agroalimentare.

Giunta alla IV edizione, la rassegna conferma la sua vocazione "business to business". Soprattutto mira a favorire la promozione delle imprese alimentari italiane sui mercati internazionali.

Quest'anno, in particolare, grazie all'intensa attività di matchmaking, saranno 800 hosted buyer provenienti da oltre 50 Paesi. Sono stati invitati a spese dell'organizzatore Fiera Milano dietro segnalazione degli stessi espositori. Si tratta in prevalenza di operatori in rappresentanza delle più importanti catene della Gdo internazionale e nazionale, grossisti, importatori, esercenti, ristoratori e tutti gli operatori in cerca di un'opportunità di crescita per la propria attività. Per ognuno di loro è stata fissata un'agenda di appuntamenti in modo da rendere la visita a Tuttofood

il più mirata ed efficace possibile. Parliamo di potenziali clienti sui mercati dei quattro continenti, provenienti in particolare da Nord America, Medio Oriente ed Estremo Oriente, per un totale di 50 Paesi rappresentati. A questa categoria attentamente profilata di hosted buyer si aggiungeranno gli operatori professionali che entreranno con regolare biglietto (le modalità d'ingresso sono illustrate nel riquadro in questa pagina). Anche per loro non mancheranno i motivi di interesse all'insegna del gusto italiano e dell'alimentazione sana.

Protagonisti della manifestazione saranno i comparti

Lattiero-Caseario, Carni e Salumi, Dolciario, Multiprodotto, Biologico, con la sezione Bio, Surgelati e Fuori Casa. Sarà poi allestita un'area dedicata alle realtà istituzionali italiane e internazionali, che daranno l'opportunità soprattutto alle piccole imprese di mettersi in mostra per far conoscere le tipicità territoriali al pubblico nazionale ed estero.

Tuttofood farà anche da rampa di lancio per la promozione delle tematiche dell'Expo 2015, che sarà dedicata ai grandi valori dell'alimentazione, del rispetto per l'ambiente e dello sviluppo del settore agroalimentare come stimolo al progresso per i Paesi più poveri. Tra le diverse iniziative in programma spicca il convegno introduttivo dell'edizione 2013 che mette in relazione istituzioni di assoluto prestigio come il World Food Programme, la più grande realtà umanitaria impegnata contro la fame nel mondo, insieme alle grandi realtà in grado di proporsi come investitori a livello globale per coniugare business e sviluppo.

L'appuntamento mira a favorire la promozione delle imprese italiane sui mercati internazionali

