

20mila

SALONE DELL'ALIMENTAZIONE

L'edizione 2023 di **Cibus** Connecting Italy ha registrato 20mila visitatori da tutto il mondo. Presenti mille brand dell'agroalimentare



Rassegna di punta. Un'immagine dell'ultima edizione di **Cibus**, la più importante fiera dedicata all'agroalimentare italiano

Parma tra nuove alleanze e debutti

Emilia-Romagna/2
I piani di sviluppo

Natascia Ronchetti

Una delle direttrici di sviluppo insieme alla ricerca di nuove partnership, all'acquisizione di altri brand fieristici da rilanciare o valorizzare, alla digitalizzazione degli eventi di punta. **Fiere di Parma** rafforza il proprio profilo internazionale già consolidato dalla joint venture con Fiere di Colonia, che quest'anno porterà a un'edizione record, per dimensioni e presenze, di **Cibus Tec**, il salone dedicato alle tecnologie per l'industria alimentare, nell'orbita di **Cibus**, la storica manifestazione di riferimento per l'agroalimentare italiano, che costituisce il core business della società fieristica emiliana. Lo fa a partire dalla nuova alleanza con Fiera Milano, diventata secondo azionista dopo **Crédit Agricole** e oggi rappresentata nel consiglio di amministrazione. «L'operazione chiave che carat-

terizzerà il prossimo triennio in un'ottica di sviluppo internazionale è la gestione combinata da parte di **Fiere di Parma** e **Federalimentare di Cibus** e **Tutto Food**», dice Antonio Cellie, amministratore delegato di **Fiere di Parma**. «Con l'armonizzazione tra i due brand – prosegue Cellie – **Cibus** è sempre più orientato a valorizzare il made in Italy, e quindi produzioni e territori d'eccellenza, indicazioni geografiche e specialità locali. Mentre **Tutto Food** enfatizzerà invece la propria internazionalità affiancando, ai nostri campioni dell'agroalimentare, aziende e collettive di tutto il modo che vogliono relazionarsi con gli operatori internazionali del retail e della ristorazione». Una spinta resa possibile anche da un bilancio record che ha superato i livelli pre-Covid. La società ha infatti chiuso il 2022 con 40 milioni



L'ingresso di Fiera Milano nell'azionariato rafforzerà la dimensione internazionale

di fatturato e 10 di margine operativo lordo. Soprattutto, unico caso del settore, con una posizione finanziaria netta positiva: 12 milioni di liquidità disponibile per nuovi investimenti. L'ingresso di Fiera Milano è un altro tassello di un piano di espansione che da dodici anni fa leva su relazioni globali, sostenibilità e capacità di attrarre eventi grazie anche a una organizzazione snella. La partnership con l'operatore fieristico **Easy Fair** ha già portato a **Parma Solids**, salone (per la prima volta in Italia) rivolto ai produttori di macchine per la lavorazione di materiali sfusi, granuli e polveri. Mentre tra le nuove acquisizioni si annoverano **Flormart** (vivaismo, verde e paesaggio) e **Mia Photofair** (fiera dedicata alla fotografia). Sempre sul fronte dell'internazionalizzazione c'è poi il debutto a Parigi di un'altra storica manifestazione di **Fiere di Parma**, **Mercanteinfiera**, salone dell'antiquariato, modernariato e collezionismo, nella capitale francese dal 6 al 10 settembre, in contemporanea con **Maison&Object**.

© RIPRODUZIONE RISERVATA