

## Tuttofood conquista gli Emirati

**Fiere** Evento a Dubai: crescono le adesioni dal Medio Oriente

» Adesione superiore alle aspettative alla serata di networking organizzata da Tuttofood Milano 2026, in collaborazione con il Consorzio del Parmigiano Reggiano e Ice-Agenzia, a Dubai: circa 300 ospiti tra produttori della filiera agrifood, buyer, istituzioni e stampa in rappresentanza dei Paesi dell'area Mena (Medio Oriente e Nord Africa) e, in particolare, del Gcc (Consiglio di Cooperazione del Golfo) hanno affollato l'elegante Salotto by Chic Nonna, nel cuore della metropoli emiratina, per incontrare i vertici di Fiere di Parma e Ice-Agenzia, che hanno presentato la manifestazione a Gulfood.

Hanno partecipato Antonio Cellie, ceo di Fiere di Parma, Riccardo Caravita, Food & Beverage Global Brand Manager di Fiere di Parma, Thomas Rosolia, amministratore delegato di Koelnmesse Italia (ormai storico partner strategico di Fiere di Parma), Carmine Forbuso, cmo del Consorzio Parmigiano Reggiano, e Matteo Zoppas, presidente di Ice-Agenzia.

Tuttofood 2026, in programma dall'11 al 14 maggio nel quartiere fieristico di Rho-Fiera Milano, a un anno dalla prima edizione curata da Fiere di Parma, si conferma per gli operatori mondiali «una delle piattaforme più strategiche per il settore agroalimentare e delle bevande a livello globale - ha sottolineato Cellie -. Un hub internazionale di riferimento per produttori, distributori e buyer del comparto, in grado di offrire opportunità di networking con professionisti

da decine di Paesi, puntando a far convergere operatori da tutto il mondo a Milano».

Il successo della serata di Dubai ha confermato il deciso incremento di partecipazioni a Tuttofood 2026 da parte di aziende e operatori provenienti dall'area Mena, con un'adesione particolarmente rilevante di espositori da Egitto e Arabia Saudita (presente con la sua collettiva più importante, Saudi Arabia) per la prima volta a Tuttofood, e dal Centro Africa. Parallelamente, si registra un incremento del 10% dei buyer della Gdo e del food service provenienti dalla regione. Per aziende dell'area, continua Cellie, «partecipare a Tuttofood significa esporsi direttamente al mercato europeo e a buyer internazionali in cerca di prodotti riconoscibili, affidabili e ad alto valore aggiunto. Esigenza resa sempre più stringente dai profondi cambiamenti culturali che stanno interessando l'area sotto il profilo dei consumi e della conseguente domanda alimentare, impattando necessariamente sull'intera filiera produttiva, distributiva e del fuoricasa».