

Tuttofood 2028 si allarga: due padiglioni in più

Fiere Nasce una piattaforma dedicata alla filiera dei datteri

» Due nuovi padiglioni e nuovi progetti dedicati alle filiere agroalimentari internazionali. Tuttofood, la piattaforma B2B internazionale dell'agroalimentare, registra già segnali di crescita e innovazione per l'edizione 2028, la terza organizzata da Fiere di Parma nei padiglioni di Milano Rho, rafforzando ulteriormente il proprio ruolo di hub per il sourcing e il business agroalimentare globale. La manifestazione fa tesoro dei risultati record del 2026: 123mila presenze professionali (+30% sul 2025), 5mila brand espositori (+20%) e 4mila top buyer internazionali, annunciando due nuovi padiglioni per rispondere alla rapida crescita della domanda di spazio espositivo e una piattaforma B2B dedicata alla filiera internazionale del dattero.

Ad annunciarlo è Antonio Cellie, amministratore delegato di Fiere di Parma, durante il terzo dei roadshow internazionali dedicati a Tuttofood 2028 (dopo quelli a São Paulo e New York), un esclusivo network event che si è tenuto a Gedda, in Arabia Saudita, in occasione di The Saudi Food Show, alla presenza di Marco Bocchi, Console generale d'Italia a Gedda.

Quest'ultimo ha sottolineato che «le relazioni economiche tra Italia e Arabia Saudita sono sempre più solide e l'agroalimentare è un settore particolarmente promettente, perché l'eccellenza, la tecnologia e il know-how italiani si sposano perfettamente con le ambizioni e le crescenti capacità del mercato saudita. Rafforzare la cooperazione tra le rispettive filiere agroalimentari può, dunque, generare nuove opportunità per le imprese di entrambi i Paesi», confermando l'attenzione con cui anche in Saudi Arabia si segue la rapida crescita d'importanza di Tuttofood come appuntamento strategico per le filiere mondiali del food.

«L'Arabia Saudita sta rapidamente rafforzando la propria posizione non soltanto come primo esportatore mondiale di datteri, ma anche come uno dei Paesi a maggiore crescita



Arabia Da sinistra Marcella Pedroni, Marco Bocchi, Sara Alshurayhi e Antonio Cellie.

nell'export agroalimentare. Il mercato internazionale sta cambiando: il dattero viene sempre più apprezzato non solo come frutto premium, ma anche come ingrediente per prodotti alimentari innovativi e nelle cucine professionali. Anche il foodservice italiano deve poter valutare le opportunità di business che questi prodotti offrono alla creatività e alla qualità dell'ospitalità nazionale. Tuttofood vuole accompagnare questa evoluzione », ha commentato Cellie.

Tra le prime novità annunciate per il 2028 c'è «The Global Date Experience», nuova piattaforma B2B dedicata alla filiera internazionale del dattero, che metterà in contatto produttori ed esportatori con buyer, retailer, industria alimentare e operatori del foodservice. L'area presenterà non soltanto varietà premium, ma anche ingredienti e applicazioni innovative a base di dattero, creando opportunità di sourcing e sviluppo di prodotto lungo l'intera filiera alimentare. L'Arabia Saudita ha un export agroalimentare di 5,87 miliardi di euro e la nuova piattaforma nasce in un mercato in forte crescita. Il Paese si è confermato primo esportatore mondiale di datteri, con un valore di 460,5 milioni di euro (il 23,7% dell'export globale).

Il prossimo roadshow di Tuttofood 2028 si terrà il 18 ottobre a Parigi, al Sial. E dal 4 al 6 maggio 2027 a Parma tornerà Cibus.