



PARMA.MAY.7|10MAGGIO.2024

Cibus, edizione da record con oltre 75mila presenze

Si è chiuso il salone di riferimento dell'agroalimentare italiano che si è svolto a Fiere di Parma dal 7 al 10 maggio

*(Parma, 10 maggio) - La ventiduesima edizione di Cibus a Fiere di Parma si è chiusa con oltre 75mila presenze (+25% rispetto al 2022). Un'edizione da record per numero di brand (3.000) e buyer (3.000) presenti, che ha visto la partecipazione del Ministro del Made in Italy e delle Imprese **Adolfo Urso** e del Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste **Francesco Lollobrigida**.*

Tra i temi protagonisti della kermesse i prodotti Dop e IGP, che secondo l'analisi di Nielsen, se utilizzati come ingredienti all'interno di prodotti industriali contribuiscono nei punti vendita a una crescita delle vendite al valore con un +14% e a volume del +9,6%. Inoltre, l'indicazione nel packaging della presenza di DOP e IGP aumenta la propensione al consumo e induce il consumatore a privilegiare l'acquisto di prodotti premium, sostenendo un costo maggiore. Collaborazione virtuosa quella tra consorzi e brand che è tra i temi centrali di Cibus. La kermesse infatti vuole essere piattaforma per la valorizzazione dei prodotti DOP e IGP e supportare anche all'estero le best practice, sia in termini promozionali, che per favorire relazioni e accordi commerciali.

Nei corso dei 4 giorni del salone di riferimento dell'agroalimentare italiano sono state presentate più di mille novità prodotte, tra i quali i lecca-lecca musicali, l'uovo vegetale, il salame al tartufo con copertura di parmigiano e il chutney all'aceto balsamico di Modena. Tra i principali trend, da segnalare quello legato a salute e benessere, con protagonista il collagene, presente in numerose bevande e alimenti.

Tra le novità più interessanti anche l'applicazione dell'intelligenza artificiale per contrastare le contraffazioni alimentari, con il progetto Nina, promosso dal Consorzio delle Mozzarella di Bufala Campana Dop, per tutelare un'eccellenza del nostro agroalimentare (primo marchio Dop per importanza del Centro-Sud Italia e il terzo tra i formaggi Dop italiani) contro le fake-mozzarelle e contrastare il fenomeno dell'Italian sounding.

Cibus ha acceso un riflettore sull'export del food made in Italy, che nel decennio 2013 – 2023 è stata del 27% rispetto al 12% della media europea, secondo i dati dello studio Centro di Ricerca per lo Sviluppo Imprenditoriale dell'Università Cattolica del Sacro Cuore. Un risultato che ha portato i prodotti agroalimentari italiani venduti all'estero a sfiorare i 64 miliardi di dollari, circa il 10% dell'export europeo (679 miliardi di dollari), collocando il nostro Paese al quarto posto nel 2023 per sviluppo dell'export in Europa.



madeinitaly.gov.it





PARMA.MAY.7|10MAGGIO.2024

Food Made in Italy che guarda con sempre maggior interesse al mercato americano, che considerando retail e alcolici vale 1.500 miliardi di dollari. Un tema affrontato in occasione del convegno *USA4 Cibus: le opportunità per le aziende italiane di investire negli Stati Uniti nell'epoca dell'Inflation Reduction Act*, realizzato in collaborazione con American Chamber of Commerce in Italy, che ha visto l'intervento di importanti brand quali Auricchio, Levoni, Rigamonti e la partecipazione dell'Associazione Centromarca. Made in Italy che il 94% degli italiani considera come il principale ambasciatore dell'italianità nel mondo, secondo la ricerca Federalimentare-Censis *"L'industria alimentare tra Unione europea e nuove configurazioni globali"*, che ha evidenziato la centralità dell'industria alimentare e del Made in Italy e l'importanza delle future scelte in Europa.

Grande attenzione anche per il tema della sostenibilità, affrontato nel convegno "Strumenti moderni per una filiera agroalimentare sostenibile", organizzato dai Giovani di Confagricoltura-ANGA e dal Gruppo Giovani Imprenditori di Federalimentare nella cornice di Cibus 2024, con focus sulle strategie e le best practice da attuare per incentivare l'export dei prodotti Made in Italy. Sostenibilità che vede il packaging nel ruolo di protagonista: per 2 italiani su 3, secondo l'Osservatorio Packaging del Largo Consumo curato da Nomisma, la confezione ha infatti un ruolo decisivo nelle scelte d'acquisto di cibi e bevande, mentre per 1 su 2 rappresenta un aspetto cruciale per contribuire a rendere un prodotto alimentare più rispettoso per l'ambiente.

La 22esima edizione è stata accompagnata come sempre dall'iniziativa **Cibus Food Saving**, promosso dal Banco Alimentare, per recuperare i prodotti che gli espositori sceglieranno di donare, così da distribuirli alle organizzazioni caritative convenzionate in Emilia Romagna, che aiutano le persone in difficoltà sul territorio.

CONTATTI CON LA STAMPA

Ufficio stampa Cibus I Mirandola Comunicazione
Antonella Maia
antonella.maia@mirandola.net
cell 349.4757783
www.mirandola.net



madeinitaly.gov.it



Regione Emilia-Romagna

