

TUTTOFOOD INTERNATIONAL FOOD EXHIBITION **MILANO** **MAY 5 | 8 MAGGIO. 2025**

COMUNICATO STAMPA

TUTTOFOOD 2025: PRESENTATO A TOKIO IL NUOVO FORMAT FIERISTICO INTERNAZIONALE DI FIERE DI PARMA

Il roadshow mondiale di Fiere di Parma e ICE/ITA per la presentazione di TUTTOFOOD 2025, in programma dal 5 all'8 maggio a Rho Fiera Milano, ha fatto tappa a Tokio nei giorni del Foodex, la più importante manifestazione fieristica agroalimentare in Giappone. Molti i punti di contatto tra la cultura agrifood giapponese e quella italiana che troveranno spazio durante la manifestazione milanese. Il 12% delle aziende estere che esporranno in fiera proviene dai Paesi Asiatici e del Pacifico.

Eccellenza e primato della qualità hanno portato i beni di largo consumo dei Paesi asiatici a registrare nel 2024 una crescita organica del +2,7% a valore e del +2,5% a volume, quest'ultima prevista in aumento anche nel 2025 (Dati NielsenIQ). Il comparto del "fresh food" è quello che cresce di più a livello mondiale, e la regione Asia-Pacific (Paesi Asiatici e del Pacifico, inclusa la Cina) si dimostra essere quella con trend a valore più dinamico, dietro solo ad Africa e Middle East.

Tokio, 17 marzo 2025 – Il 12% delle aziende estere presenti a TUTTOFOOD Milano 2025 proviene dai Paesi Asiatici e del Pacifico (inclusa la Cina): un dato emerso durante la tappa giapponese del roadshow internazionale "The Italian Aperitivo", sviluppato nell'ultimo anno da Fiere di Parma e Agenzia ICE per presentare la manifestazione agli stakeholders del food&beverage a livello mondiale. Il roadshow, giunto alla sua decima tappa, ha visto la partecipazione nell'ultimo anno di oltre 1000 decision makers tra i rappresentanti delle più importanti aziende internazionali, top buyer e collettive.

La serata ha visto riuniti presso la nostra Ambasciata a Tokio imprenditori non solo giapponesi, buyer internazionali, TPO (Trade Promotion Organisations), giornalisti locali e stakeholder di rilievo, accolti dal nostro **Ambasciatore a Tokio Gianluigi Benedetti** e dall'**Amministratore Delegato di Fiere di Parma, Antonio Cellie**. L'incontro è stata l'occasione per confermare la presenza alla manifestazione milanese di una nutrita delegazione giapponese, grazie alla collaborazione con gli uffici locali di ITA Tokio e Koelnmesse GmbH.

*"Di fronte all'incognita dei dazi minacciati dall'amministrazione Trump, Fiere di Parma ha reagito con prontezza, spostando il focus su Paesi dal potenziale straordinario, in costante crescita dal punto di vista demografico e reddituale, come il Giappone e la Corea e, più in generale, sul dinamico mercato dei Paesi asiatici e del Pacifico, Cina inclusa." – ha dichiarato **Antonio Cellie**. Inoltre, nel presentare TUTTOFOOD Milano 2025, Cellie ha sottolineato gli aspetti di forte innovazione della manifestazione: "Questa edizione 2025, organizzata per la prima volta da Fiere di Parma e Koelnmesse, segna un'importante evoluzione dell'evento milanese che, grazie all'uso di tecnologie interattive, format esperienziali e aree dedicate alle nuove tendenze del food & beverage, si trasformerà in un hub di innovazione e una vetrina internazionale per il business".*



Ufficio stampa Tuttofood **Lead Communication**

anita.lissona@leadcom.it 335-498993

chiara.venuleo@leadcom.it 340-7773887 carlo.petrone@leadcom.it 389-2443460

TUTTOFOOD

INTERNATIONAL
FOOD EXHIBITION

MILANO

MAY 5 | 8 MAGGIO. 2025

TUTTOFOOD ospiterà oltre il 25% di espositori esteri, accoglierà circa 90.000 visitatori, tra cui più di 3.000 top buyer internazionali, che potranno scoprire nuovi prodotti e stringere partnership strategiche con aziende italiane, europee e internazionali. Imprese da tutto il mondo copriranno l'intera filiera agroalimentare e tutti i settori chiave per l'offerta di retail e food service, dal Grocery ai prodotti freschi fino ai semilavorati, sarà presente un'ampia selezione di prodotti DOP, IGP, biologici e gourmet, non solo italiani, oltre alle ultime novità in ambito foodtech e sustainable food, con un focus su qualità, autenticità e innovazione.

Focus su Asia-Pacific – Questa area geografica rappresenta un mercato di grande interesse per l'Italia e il mondo: secondo i dati forniti da NielsenIQ, aggiornati al 2024, per quanto concerne le performance dei beni di largo consumo, queste zone hanno registrato una crescita organica del valore del +2,7%, guidata da una ripresa della crescita del volume, passata da -0,9% nel 2023 a +2,5% nel 2024. Visto l'affievolimento della crescita dei prezzi per unità (rallentata da +2,6% a +0,2%), nel 2025 la crescita del volume rimarrà un elemento chiave. Addentrandosi nel mondo del cibo, quella del “fresh food” è l'industria che ha registrato la crescita a volume più forte a livello mondiale, e questa zona del mondo conferma questo trend, crescendo del 3% a volume e dimostrandosi la regione con il trend a valore più dinamico, dietro solo ad Africa e Middle East. Dando uno sguardo alle categorie di prodotti italiani più esportati all'estero, emerge che la regione Asia-Pacific è quella in cui il caffè in polvere e chicchi ha registrato la maggiore crescita a volume, con un +2,3%; anche la pasta secca, altro prodotto di grande successo all'estero, nella stessa area geografica ha registrato la maggior crescita a volume con un +5,8%, così come l'olio (+6,1%) e il concentrato di pomodoro (+8,1%). (Dati 2024 vs 2023)

*“Questi numeri sono giustificati da una serie di fattori che contribuiscono all'evoluzione dei canali di vendita nei Paesi asiatici, a partire dalla modernizzazione del commercio tradizionale, grazie alla digitalizzazione e al miglioramento delle infrastrutture”, ha dichiarato **Beatrice Bonizzoni, Business Development Global Snapshot di NielsenIQ.** “Fattori determinanti sono stati anche la crescita, in numero e importanza, dei negozi di piccole dimensioni, le strategie di up-trading e down-trading* nei super e ipermercati, oltre che il forte sviluppo dell'e-commerce avanzato come il quick commerce e il social commerce” – ha concluso **Bonizzoni.***

La **TUTTOFOOD Week (3-8 maggio)** - Un'altra grande novità di questa edizione sarà il fuori salone ufficiale della fiera, che trasformerà Milano in un palcoscenico dedicato alla cultura del cibo, con eventi, degustazioni, show-cooking e incontri esclusivi con chef e brand internazionali. Per gli operatori di tutto il mondo, questa sarà un'opportunità straordinaria per vivere il food & beverage italiano (che resta un punto di riferimento a livello globale) e mondiale in un contesto autentico, scoprendo tendenze e ispirazioni direttamente sul territorio.

**Up-trading: strategia che spinge i consumatori verso prodotti o servizi di fascia più alta con fine di aumentare il valore medio dello scontrino e i ricavi complessivi; Down-trading: offrire versioni più economiche dei propri prodotti per mantenere i clienti e non perderli a favore della concorrenza*



Ufficio stampa Tuttofood **Lead Communication**

anita.lissona@leadcom.it 335-498993

chiara.venuleo@leadcom.it 340-7773887 carlo.petronella@leadcom.it 389-2443460