

# Parma. CIBO, ARTE E DESIGN NEL PADIGLIONE EXPO DEL FOOD MADE IN ITALY

**Presentato a Milano "Cibus è Italia" - il Padiglione Federalimentare ad Expo 2015 -Centinaia di aziende e migliaia di marchi racconteranno al mondo la storia e il futuro dell'alimentare italiano - Grazie alla collaborazione con artisti internazionali e con il mondo del design si delinea un nuovo modello di marketing fieristico che attende per 6 mesi 35 delegazioni di buyers esteri**

(Milano, 27 febbraio 2015) - Un padiglione unico tra i 90 di Expo 2015, perché è il solo a raccontare i percorsi di tutte le filiere alimentari italiane grazie alla testimonianza di 420 tra aziende e consorzi, ed il solo a presentare un happening culturale all'esterno, con artisti che cambiano continuamente la sua facciata. Queste le peculiarità del padiglione "Cibus è Italia - Federalimentare Expo 2015", presentato oggi a Milano, nella sede della Triennale.

Oltre a ciò, il padiglione sperimenta un nuovo modello di marketing fieristico voluto e concepito dalle aziende italiane del settore. Grazie ad Expo, l'Italia delle fiere sta infatti realizzando nuovi format che potranno essere esperienze decisive per il settore; come dimostra il progetto CIBUS meets Design che vede, grazie alla regia di Interni, le aziende alimentari di Marca collaborare con i protagonisti del design italiano in iniziative organizzate sia nel padiglione sia nelle show room milanesi normalmente teatro del Fuori Salone.

"Cibus è Italia" esprime la forza di un settore manifatturiero che è già tornato a livelli occupazionali e di fatturato superiori al periodo pre-crisi nonché le competenze di Cibus che è la prima fiera al mondo del settore per numero di espositori italiani; in occasione di EXPO Federalimentare e Fiere di Parma hanno sviluppato un concept proteiforme veramente unico ed in continua evoluzione. Il padiglione, self built e il più grande tra i corporate, presenta un percorso concepito per stupire sia il pubblico sia gli operatori professionali, per valorizzare storia e peculiarità dei prodotti italiani, per consentire alle aziende di fare business matching sulla terrazza privata, per comunicare al mondo la "contemporaneità" dello stile alimentare italiano e per federare il sistema Italia in un crescendo di eventi e visibilità dedicato alle nostre eccellenze.

La struttura, una vera e propria quinta pensata dall'architetto Francesco Di Gregorio, è organizzata su 5.000 mq, due piani di esposizione ed una terrazza per incontri, degustazioni, workshop e business matching. I primi due piani compongono un percorso edutainment ipermediale e immersivo di grande fascinazione. All'esterno una performance artistica "living", sviluppata su architettura tessile creata ad-hoc, che cambia ripetutamente il look del padiglione, curata dal **creativo multidisciplinare e digital storyteller Felice Limosani**.

*"La relazione tra arte e cibo, sarà uno dei grandi temi trattati da Expo Milano 2015 - ha detto **Limosani**- In questa prospettiva, il padiglione presenta sulle facciate esterne, la performance artistica "Cibus Infabula" che abbina la street art e la video art in tredici lavori site specific, ispirati al cibo, alla nutrizione e al pianeta. Per tutta la durata di Expo, graffiti artist internazionali (come L7m dal Brasile, Masaru Ishiura & Kinuko Esther Asano dal Giappone, Destrukt dal Regno Unito, l'italiano Agostino Jacurci) si alternano dal vivo nella creazione di murali abbinati a una video installazione di grande impatto visivo. Due linguaggi espressivi contemporanei per riflettere, sensibilizzare e rappresentare la cultura del cibo attraverso la creatività".*

Sul tema del rapporto tra arte, design e cibo è intervenuta **Gilda Bojardi, direttore del periodico Interni**: *"Cibo e design s'incontrano per affinità elettive: il 'saper fare', la cura, il rapporto virtuoso fra le imprese e i loro territori, la storia straordinaria di tradizione e artigianalità che caratterizza le realtà produttive italiane, sono tutte qualità che legano a doppio filo l'industria del design e quella agroalimentare. Entrambe hanno l'obiettivo di mettere in campo la forza del made in Italy e la sua unicità per esportarle nel mondo: e cioè accendere quella 'Energy for Creativity', che dà il titolo al nostro FuoriSalone che quest'anno Interni dilata dal 13 Aprile al 24 Maggio proprio per accompagnare la grande avventura dell'Expo. L'obiettivo? Mettere 'nel piatto' e nella 'città' le cose più belle, sostenibili, piene di storia e sostanza".*

Il padiglione del cibo italiano si qualifica dunque come una tappa imprescindibile di un tour all'interno di Expo2015, specie per il visitatore straniero che vuole conoscere e capire i segreti del nostro patrimonio eno-gastronomico. E il suo esterno cangiante non mancherà di attirare l'attenzione dei media e del pubblico di tutto il mondo grazie ad un linguaggio universale.

*"Il cibo italiano è cultura, cultura del fare e del sapere; del fare impresa su tutta la filiera, dal campo alla trasformazione fino alla somministrazione, del Sapere multidisciplinare, dall'agronomia alla tecnologia fino alla scienza dell'alimentazione - ha*

dichiarato **Antonio Cellie, CEO di Fiere di Parma**– *Questo padiglione è il frutto di una operazione di successo che, grazie al decisivo supporto tecnico ed economico del Ministro Maurizio Martina, ha raccolto in pochi mesi sul mercato 15 milioni di euro per investirli fino all'ultimo centesimo nel supporto al Made in Italy alimentare attraverso un programma di iniziative condivise con Federalimentare e le sue principali associazioni come Assolatte, Assocarni e AIIPA e con istituzioni e Consorzi di tutela come Afidop, ANICAV, Prosciutto di Parma, Ente Nazionale Risi e con territori e distretti food oriented come Parma, Novara o la Sardegna, con le Grandi Marche e le PMI”.*

Sono 15 le sezioni merceologiche in cui si snoda il percorso conoscitivo che consumatori e buyer avranno l'occasione di percorrere: Latte e Formaggi, Pasta, Riso, Dolci & Snack, Vegetali, Carni e Salumi, Filiera della carne bovina, Olio, Aceti e condimenti, Prodotti ittici, Bere Italiano (Caffè, Bevande, Acque, ecc), Tecnologie di Produzione Sostenibili, Nutraceutica, Comunicazione, Territori. Il vero valore aggiunto del padiglione è il massiccio programma di incoming di operatori commerciali esteri che si sta realizzando con l'Agenzia ICE. Nel corso dei 6 mesi della manifestazione, è previsto l'arrivo di migliaia di operatori provenienti da 35 Paesi raggruppati in 12 delegazioni. Il modello di accoglienza dei delegati prevede una visita di 7 giorni: 3 in Expo e 3 a visitare le aziende e i territori di interesse sul territorio.

*“Al momento ospitiamo nel padiglione 420 aziende – ha detto **Paolo Zanetti, vice presidente di Federalimentare** – ma in realtà, contando anche quelle rappresentate da consorzi e territori, arriviamo a oltre mille. Grazie a Cibus è Italia Expo è diventato per tutte le imprese alimentari Italiane una occasione unica per aprirci al mondo e tessere una fitta rete di relazioni di business. Nonostante la crisi, va detto subito che l'industria alimentare italiana ha le potenzialità per essere uno dei motori della ripresa della nostra economia. Da 2 anni siamo tornati ai livelli pre-crisi, nel 2015 è attesa un'accelerazione della produzione alimentare che dovrebbe portarla attorno a un tasso espansivo del +1%. Sul piano dei consumi interni ci si può aspettare un rimbalzo delle vendite alimentari di almeno 0,3 punti percentuali in media d'anno. Con un dollaro forte e condizioni di stabilità nell'Eurozona è possibile che il nostro export agroalimentare raggiunga l'obiettivo auspicato dal governo di raggiungere i 50 miliardi di euro entro il 2020 permettendo al Made in Italy alimentare di conquistare la leadership europea, colmando il gap con Francia e Germania”.*

La terrazza del padiglione accoglierà oltre 100 iniziative aziendali private e decine di iniziative riservate al pubblico professionale nazionale e internazionale. Cibus è Italia sarà il teatro di Workshop, Talks, convegni organizzati dai diversi soggetti che partecipano al progetto come il Ministero dello Sviluppo Economico, gli istituti come l'Università Cattolica e i leader della consulenza come KPMG. Un programma di eventi che manterrà alta l'attenzione della community sulle specificità del nostro modello produttivo e alimentare, sui macro trends e sulle nicchie emergenti, come i prodotti Bio, Kosher e Halal. Ci saranno ovviamente numerosi focus sulla riformulazione dei prodotti, sulla nutrizione e sui corretti stili di vita alimentare, sulla sostenibilità di cui il padiglione è una testimonianza grazie alla sua progettazione e organizzazione a impatto ambientale zero: tutti gli allestimenti sono realizzati su supporti che verranno completamente riciclati e il materiale di consumo realizzato in bio-plastica grazie a Novamont. Ovviamente uno spazio privilegiato ai giovani e alle loro idee di business: Cibus è Italia ospiterà la settima edizione di “EcoTrophelia”, una competizione tra studenti universitari che premia le proposte di nuovi prodotti alimentari commerciali innovativi e sostenibili.