TUTTOFOOD 2026 da record: 123mila presenze e 4.000 buyer internazionali confermano Milano capitale globale del food

scritto da Redazione Wine Meridian | 15 Maggio 2026



TUTTOFOOD 2026 si chiude con 123mila presenze (+30%), 5.000 brand e 4.000 top buyer da tutto il mondo. Milano si conferma hub internazionale per il food & beverage Made in Italy, con buyer da USA, Asia, America Latina e Golfo che indicano l'Italia come principale riferimento europeo per il sourcing alimentare premium.

Si chiude con numeri record TUTTOFOOD 2026: **123mila presenze in quattro giorni, di cui 27mila dall'estero, con un**

incremento del 30% rispetto all'edizione 2025. La manifestazione, organizzata da Fiere di Parma in alleanza con Fiera Milano e Koelnmesse, ha occupato 10 padiglioni, 82.000 metri quadrati netti di superficie espositiva sold out (+15%), riunendo 5.000 brand (+20%, di cui circa il 30% esteri) e 4.000 top buyer internazionali.

"Abbiamo coperto uno spazio inspiegabilmente ancora libero, realizzando in Italia un evento di portata internazionale per l'agroalimentare del tutto nuovo – afferma Antonio Cellie, AD Fiere di Parma –. **Le fiere non sono più soltanto vetrine di prodotto: sono luoghi di business in cui le imprese misurano la domanda internazionale, creano mercati e trasformano la reputazione del Made in Italy in risultati economici.**"

La crescita delle presenze assume valore ancora più significativo in una fase caratterizzata da tensioni geopolitiche, dazi e volatilità delle materie prime. In questo scenario, il food si conferma uno dei comparti più solidi dell'economia italiana: **nel 2025 le esportazioni alimentari hanno raggiunto 72,4 miliardi di euro (+4,9%), mentre il fatturato dell'industria alimentare, secondo Federalimentare, ha toccato 204 miliardi di euro (+3,6%).**

I buyer internazionali presenti – dagli USA all'America Latina, dall'Asia al Golfo – hanno descritto il Made in Italy come benchmark qualitativo per il food premium e gourmet, non solo "heritage" ma elemento vivo e contemporaneo, capace di innovare e anticipare i trend. Per alcuni operatori come Cencosud e City Super Group, **l'Italia rappresenta il principale mercato europeo di sourcing alimentare.** Sysco, il più grande distributore food service al mondo, ha inserito in ogni società del gruppo una figura specializzata nel prodotto italiano. Coupang, leader dell'e-commerce sudcoreano, prevede un incremento significativo dei volumi di acquisto post-fiera. Spinneys, retailer premium del Golfo, conferma il Made in Italy come partner privilegiato per il private label, con crescite fino al +40% anno su anno. Promocash-Carrefour

evidenzia che il 70% del proprio business ristorativo ruota attorno a prodotti italiani.

Al termine della manifestazione, il Banco Alimentare della Lombardia ha raccolto circa 25 tonnellate di cibo donate da oltre 600 aziende espositrici, destinate a più di 200.000 persone in difficoltà.

Punti chiave

1. **Record storico di presenze:** TUTTOFOOD 2026 registra 123mila visitatori in quattro giorni, con un incremento del 30% sull’edizione precedente.
2. **Made in Italy benchmark globale:** buyer da USA, Asia, Golfo e America Latina confermano l’Italia come principale mercato europeo di sourcing alimentare premium.
3. **Export alimentare italiano a 72,4 miliardi:** nel 2025 il settore cresce del 4,9%, con un fatturato industriale di 204 miliardi secondo Federalimentare.
4. **Grandi player internazionali scommettono sull’Italia:** Sysco, Coupang, City Super Group e Spinneys annunciano incrementi significativi degli acquisti di prodotti italiani.
5. **Sostenibilità concreta a fine fiera:** 25 tonnellate di cibo donate da 600 aziende al Banco Alimentare, a beneficio di oltre 200.000 persone in difficoltà.