vinetur

TUTTOFOOD bate récord en Milán con 123.000 asistentes

La feria agroalimentaria crece un 30% y atrae a 27.000 visitantes internacionales en su edición de 2026

lunes 18 de mayo de 2026



TUTTOFOOD 2026 cerró en Milán con 123.000 asistentes en cuatro días, una cifra que supone un aumento del 30% respecto a la edición de 2025, según los datos difundidos por la organización. De ese total, 27.000 fueron visitantes internacionales. La feria,

organizada por segundo año por Fiere di Parma, reunió a operadores de la industria, la distribución, el foodservice, la importación y las compras.

La cita ocupó 10 pabellones y 82.000 metros cuadrados de superficie expositiva, todo reservado. Participaron 5.000 marcas, un 20% más que en la edición anterior, y cerca del 30% eran extranjeras. También acudieron 4.000 responsables de compra internacionales. España registró 182 empresas expositoras, la cifra más alta hasta ahora para el país en este salón.

Antonio Cellie, director general de Fiere di Parma, señaló que la feria ha ocupado un espacio que estaba libre y que el proyecto se ha convertido en un evento nuevo para el sector agroalimentario internacional. Añadió que las ferias ya no funcionan solo como escaparates de producto, sino como lugares donde las empresas buscan clientes, proveedores y acuerdos comerciales.

La organización atribuye parte del resultado a la alianza entre Fiere di Parma y Fiera Milano, con el apoyo de Koelnmesse, responsable de Anuga en Colonia. En su balance, TUTTOFOOD subraya también el peso de las tensiones geopolíticas, los aranceles, la presión sobre los costes energéticos, la volatilidad de las materias primas y los cambios en las cadenas de suministro como factores que empujan a las empresas a buscar contactos directos en ferias presenciales.

Entre los compradores presentes figuraron grupos como Sysco, Cencosud y Promocash. Sysco, el mayor distribuidor de foodservice de Estados Unidos, explicó que acude a Milán por su alcance internacional y porque la demanda de productos de calidad sigue firme pese a la subida de precios en su mercado. La compañía también remarcó el peso de la trazabilidad y la seguridad del suministro.

Cencosud, uno de los mayores grupos de distribución de América Latina, acudió para construir surtidos internacionales para sus tiendas en Sudamérica. La empresa señaló que busca novedades para llevar primero a su mercado y que los consumidores latinoamericanos muestran interés por recetas con ingredientes de varios países. En su caso, Italia sigue siendo una referencia para el aprovisionamiento europeo.

Promocash, unidad cash & carry del grupo Carrefour orientada al foodservice francés, indicó que alrededor del 70% de su negocio ligado a restaurantes corresponde a productos italianos. La compañía utiliza la feria para renovar relaciones con proveedores y seleccionar nuevas líneas para Francia. Entre las categorías más buscadas citó aceite de oliva, arroz, pasta, harina y conservas vegetales.

La feria también reservó espacio para propuestas de innovación. Ben Costantini, de Sesamers, llevó a Milán startups de siete países centradas en software, bebidas funcionales, salsas artesanales y maquinaria de procesado. Según explicó, TUTTOFOOD sirve para dar salida comercial a nuevas ideas del sector alimentario.

Tras el cierre del salón, Banco Alimentare Lombardia recogió unas 25 toneladas de alimentos donados por más de 600 empresas expositoras. Los productos se repartieron entre más de 1.000 entidades locales y llegaron a más de 200.000 personas necesitadas.