

Insula e il cibo sardo al Salone internazionale dell'alimentazione

► OLBIA

Cibo e longevità, un binomio sardo che sarà protagonista dell'edizione numero 19 di Cibus, il salone internazionale dell'alimentazione in programma a Parma da lunedì 7 a giovedì 10 maggio. Sarà Insula, la piattaforma di marketing territoriale per lo sviluppo delle attività produttive della Sardegna, a proporre la piattaforma Longevity Food (Padiglione 8, stand F29) con un *corner* di 60 metri quadri. La delegazione di Insula è sostenuta, nella sua veste di soggetto attuatore, dal Cispes Gallura e sarà capeggiata dal project manager Massimo Masia (foto), che coordinerà l'esposizione e la commercializzazione delle imprese associate che appartengono alle filiere produttive e identitarie della Sardegna. Durante i giorni della Fiera, dalle 12 alle 14, tre chef sardi, insieme a due addetti alla presentazione e tre export manager, proporranno numerosi piatti della cucina isolana attraverso i show cooking, già apprezzati dai buyer e dai consumatori in occasione della fiera Tuttofood di Milano del 2017. L'obiettivo di Insula Longevity Food è promuovere i prodotti della Sar-



degna, una delle blue zones dove si vive di più grazie anche al cibo, con il consumo di prodotti salubri e naturali. «Il resto del mondo e il resto dell'Italia – spiega Roberto Bernabei, direttore del dipartimento di geriatria del Gemelli di Roma e presidente di Italia Longeva, network voluto dal Ministero della Salute – dovrebbe imparare dallo stile di vita di queste popolazioni». Nelle blue zones non si fuma,

si attribuisce un'importanza notevole alla famiglia e si fa movimento forzato poiché si tratta di territori scoscesi che costringono a salutari camminate. La rete Longevity Food si propone come testimonial del nuovo *Made in Italy* per la Longevity

Economy, un comparto emergente che sviluppa nel mondo un volume di acquisti superiore ai 15 trilioni di euro, il terzo mercato mondiale dopo Usa e Cina. Cibus 2018 sarà un'edizione record con 3100 espositori, 135mila metri quadri di spazi espositivi e 80mila visitatori professionali previsti di cui il 20% dall'estero, tra questi 2500 top buyer. Nella kermesse saranno presentati oltre 1.200 prodotti in un'area dedicata, allestita all'interno di un nuovo padiglione.