

# TUTTOFOOD MILANO

International  
Food Fair



fieramilano  
17-20 may 2021

Adding  
value  
to taste

MEAT/GROCERY/SEAFOOD/DAIRY/FRUIT/WINE/DRINK/SWEET/HEALTH/DIGITAL/PASTA/  
OIL/FROZEN/WORLD/SERVICES&MISCELLANEOUS

ITA<sup>®</sup>  
ITALIAN TRADE AGENCY



FIERA MILANO

# Gli espositori di TUTTOFOOD 2019

# 3.079

BRAND provenienti da 43 paesi

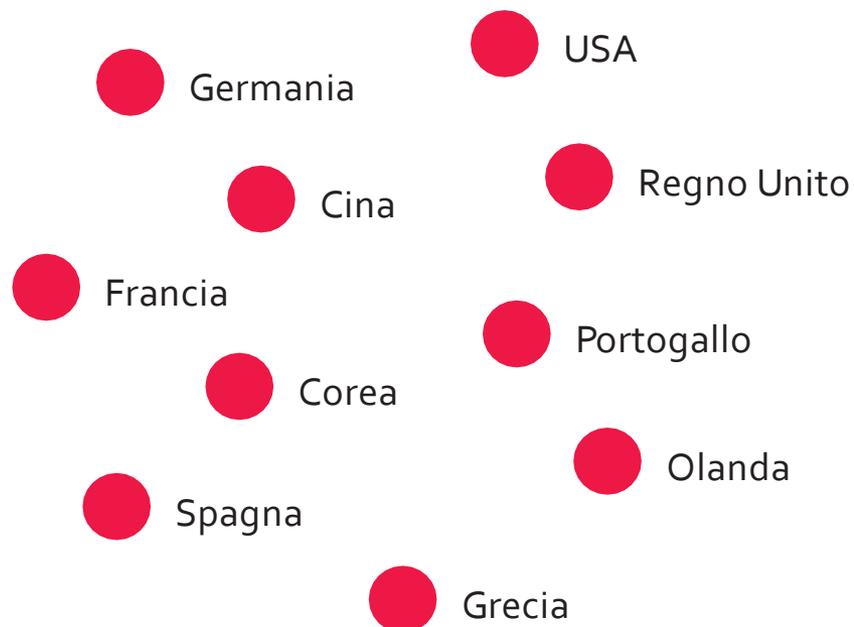
# 84%

Italia

# 16%

Internazionali

## TOP 10 PAESI



# Gli espositori di TUTTOFOOD 2019

I **3.079** brand hanno rappresentato l'intero settore della produzione nazionale e internazionale di alimenti e bevande nei seguenti settori:



TUTTOSWEET



TUTTODAIRY



TUTTOFROZEN |  
TUTTOSEAFOOD



TUTTOHEALTH |  
TUTTOFRUIT | TUTTODRINK



TUTTOMEAT



TUTTOWINE



TUTTOPASTA | TUTTOGROCERY |  
TUTTOOIL

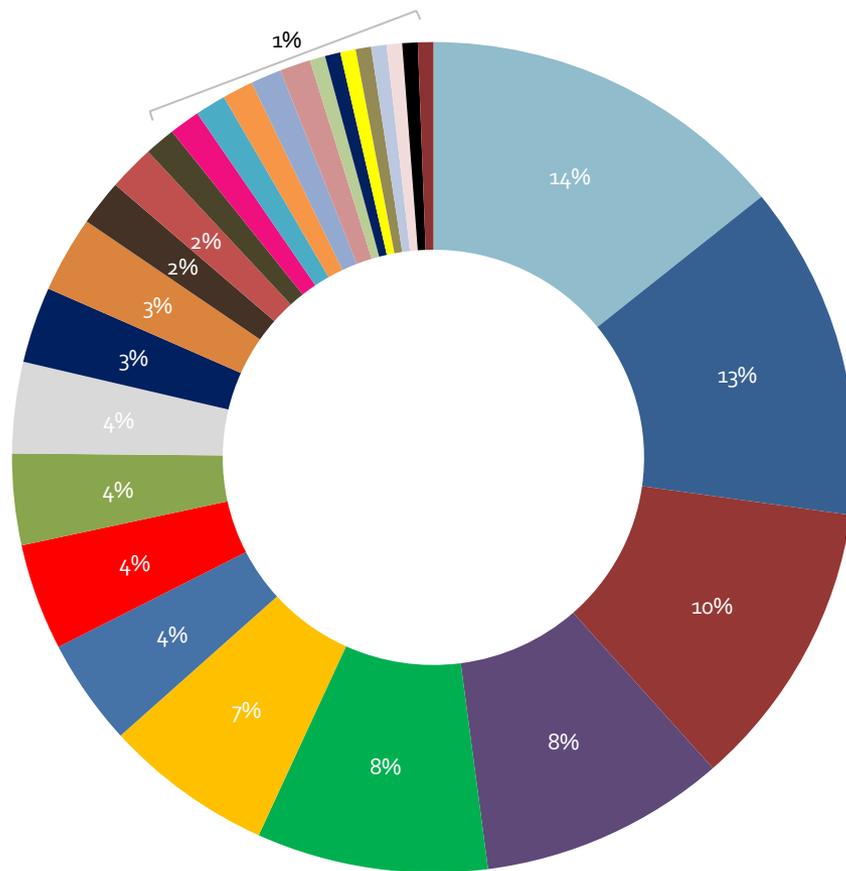


TUTTOWORLD



TUTTODIGITAL

# TUTTOFOOD 2019: Espositori settore frozen



- Pasticceria, dessert
- Vegetali e frutta
- Piatti pronti
- Pizza e basi pronte
- Gelato
- Pasta
- Attrezzature e servizi
- Pane e sostitutivi
- Aperitivi e Antipasti
- Pesci, molluschi e crostacei
- Biologico
- Prodotti Ittici
- Prodotti a base di carne
- Prodotti da forno salati
- Associazioni e consorzi
- Cucina Internazionale
- Fresco e freschissimo
- Ghiaccio alimentare
- Private label
- Prodotti a base di latte
- Finger Food
- Free from
- Lumache
- Pasta all'uovo
- Piatti pronti a base vegetale
- Prodotti da forno dolci
- Prodotti tipici e Specialità regionali
- Salse, Sughi e Condimenti

# Risultati 2019: oltre 82mila operatori

## 82.551

Provenienti da **143** paesi

## 77%

Italia

## 23%

Internazionali

+27%  
America

+6%  
Europa

+3%  
Asia

+4%  
Oceania

## TOP 10 PAESI

— Stati Uniti

— Spagna

— Francia

— Germania

— Regno Unito

— Cina

— Canada

— Olanda

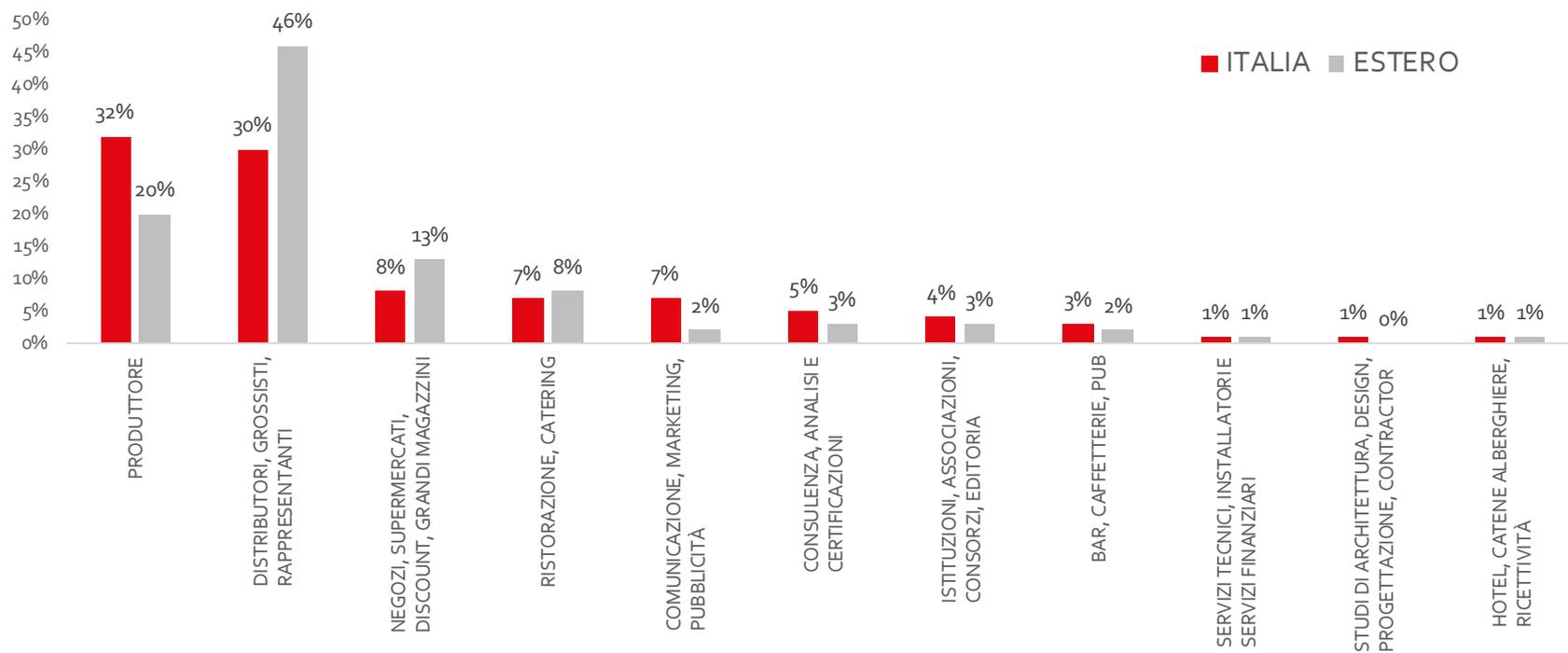
— Giappone

— Russia

# TUTTOFOOD 2019:

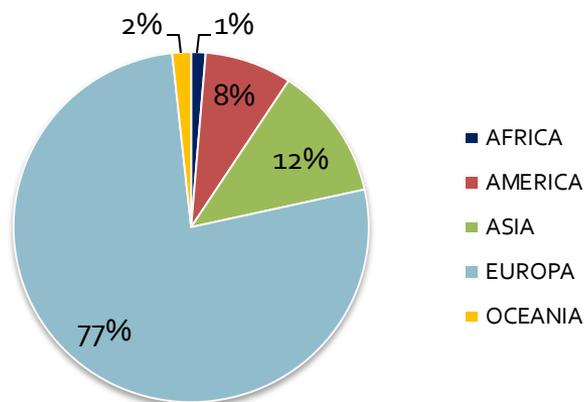
## Attività visitatori Italia/estero

Confrontando l'attività indicata da coloro che provenivano dall'Italia e chi veniva dall'estero si nota una differenza nella quota di partecipazione delle prime due posizioni: il produttore è l'attività più rappresentata a livello italiano (32%) mentre per l'estero è il distributore (46%, per l'Italia 30%).

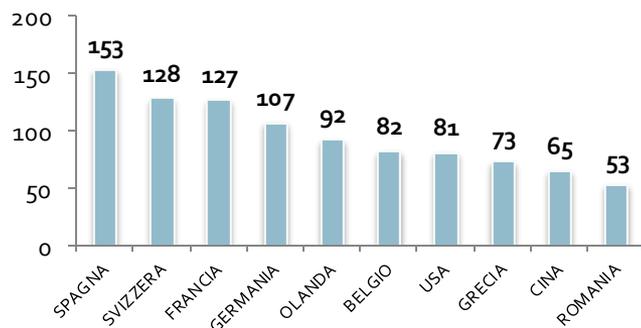


# Settore d'interesse indicato: focus TUTTOFROZEN

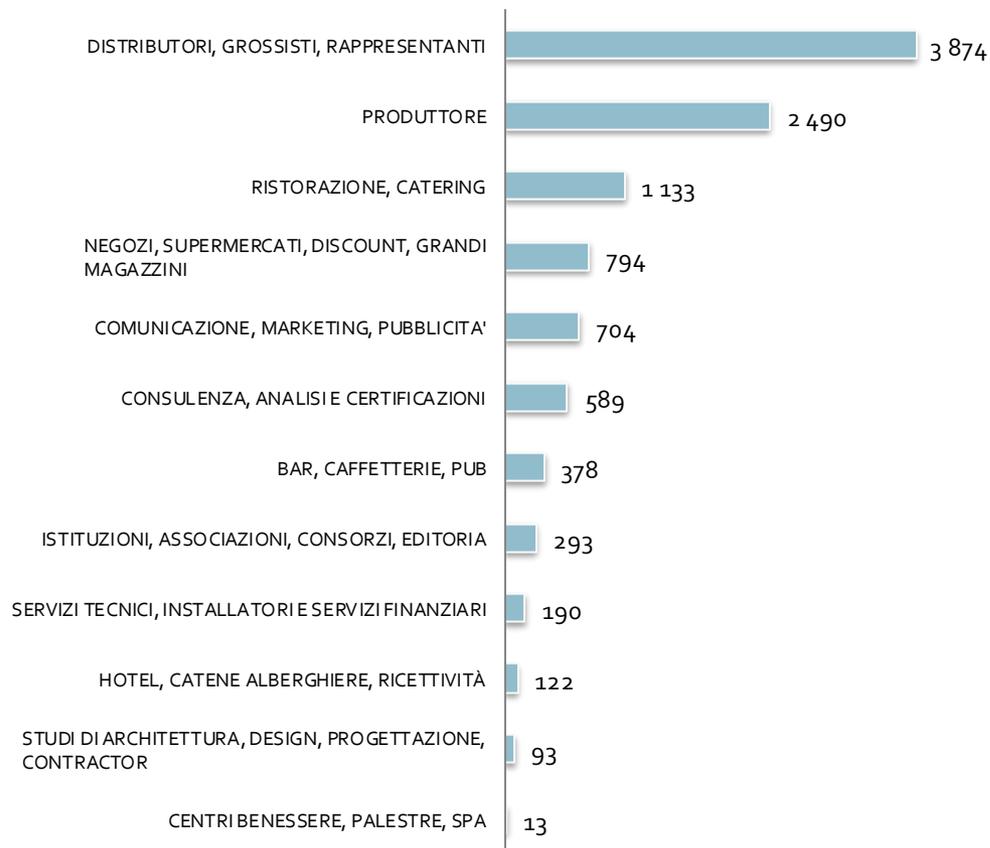
## Split continenti (NO Italia)



## TOP 10 Nazioni Mondo (NO Italia)

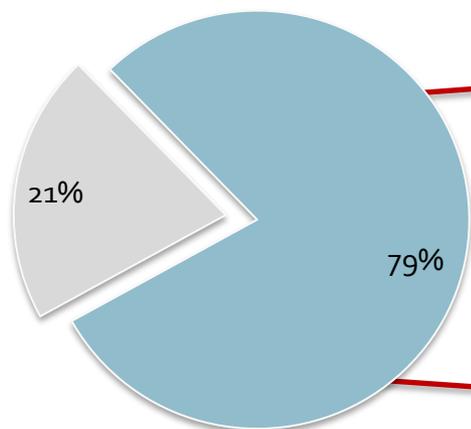


## Distrib. Attività



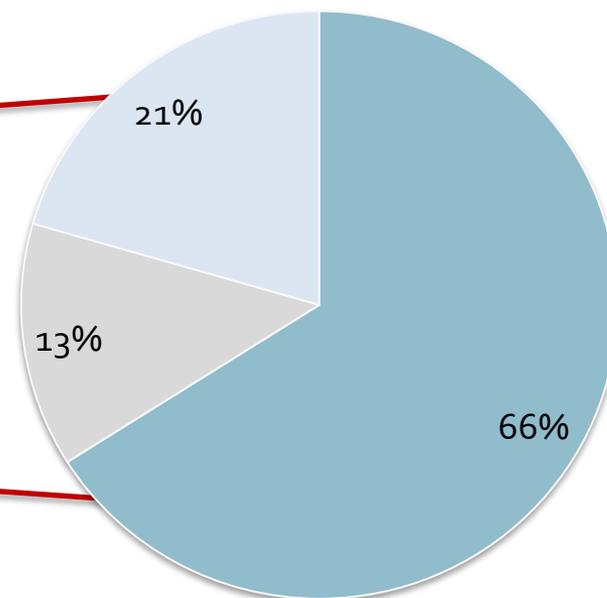
# Settore d'interesse indicato: focus TUTTOFROZEN

Italia VS Estero



■ ESTERO ■ ITALIA

Macro aree Italia



■ NORD ■ CENTRO ■ SUD

# Top buyer: il progetto di incoming

oltre

# 1.500

acquirenti di cui 89%  
nuovi da 103 Paesi

L'accurata selezione avviene attraverso una rete di consulenti dedicati presenti in tutto il mondo ed il supporto di ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane che analizza e sceglie operatori di alto profilo delle seguenti categorie:

Distributori, importatori  
e grossisti

Rivenditori e rivenditori  
su larga scala

Ristoranti e Alberghi

Servizio di ristorazione

Negozi di gastronomia

# Top buyer 2019: focus estero

## EUROPA

Auchan  
Azbukha Vkusa  
Bergfood  
Bofrost  
Bravo  
Burger King  
De Kweker  
Eroski  
Fallon & Byrne  
Fozzy Group  
Galleries Lafayette  
Heino  
Jumbo  
K&F De Pauw  
Klion  
Linella  
Magasin Du Nord

Mercadona  
Mercator  
Ocado  
Recheio  
Silpo  
Sonae MC  
Spar

## ASIA

Bio c' Bon  
Carrefour  
City Super  
Emart  
Food Clubs  
Hankyu  
Lotte Foods  
Lotus  
Metro Mon Épicer

P – Mart  
Secoma  
iSetan -  
Mitsukoshi  
Shibuya  
Tmall Com

## SUD AFRICA

Spar  
Woolworths

## MEDIO ORIENTE

4 Corners  
Lu Lu Group International  
Shufersal

## AUSTRALIA E NUOVA ZELANDA

Bidfood  
Foodchain

## USA E CANADA

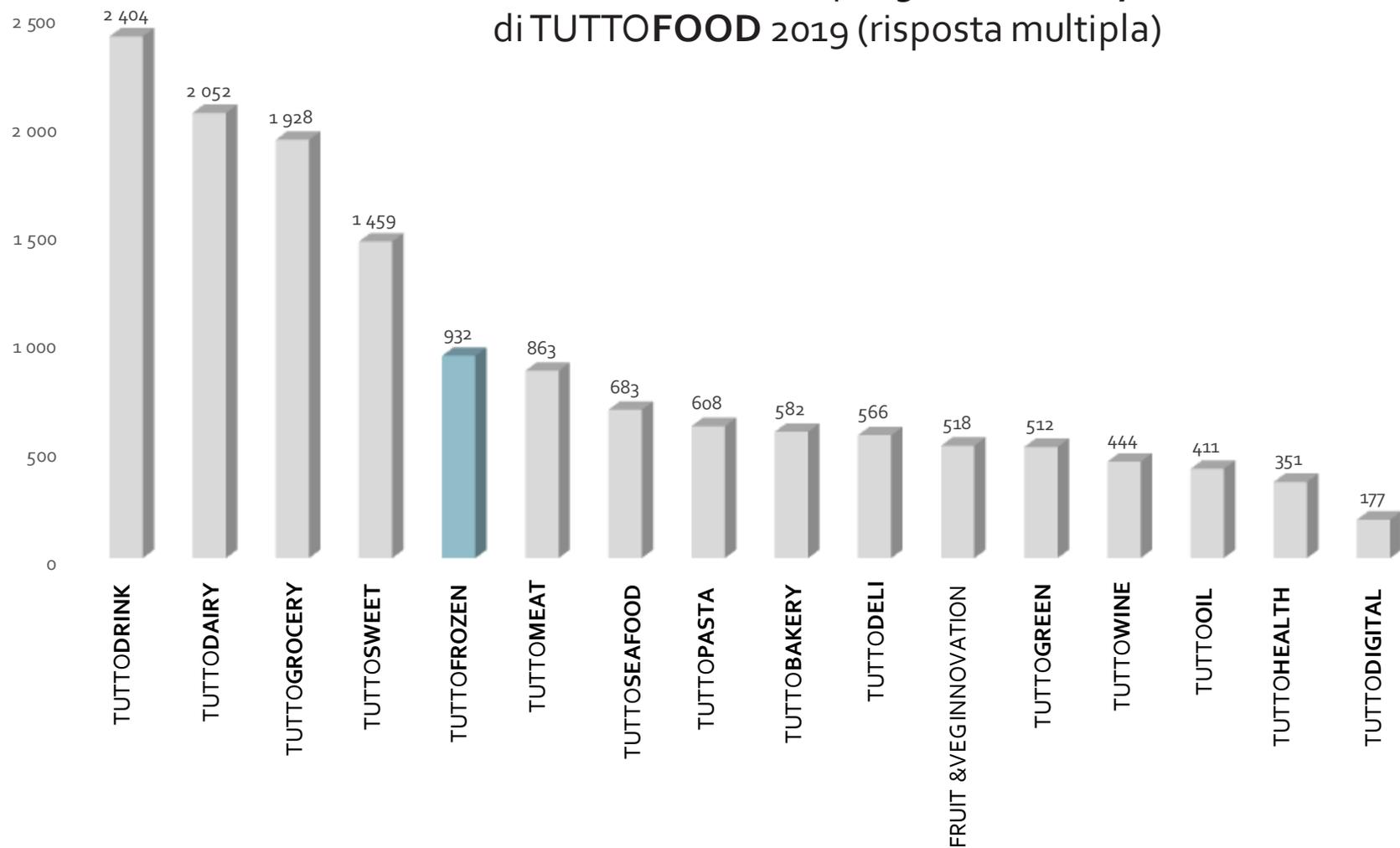
Atalanta Corp.  
Fairway  
Fresh Direct  
Lucky's Market  
Costco Wholesale  
Fortino's  
Hero  
Le Groupe Saga  
Metro Mon Épicer  
Pusateri's  
Sysco

## AMERICA LATINA

Auto Mercado  
Dufry  
El Palacio de Hierro  
Grupo Riquelme  
Hortifruti Fatura  
Rua do Alecrim

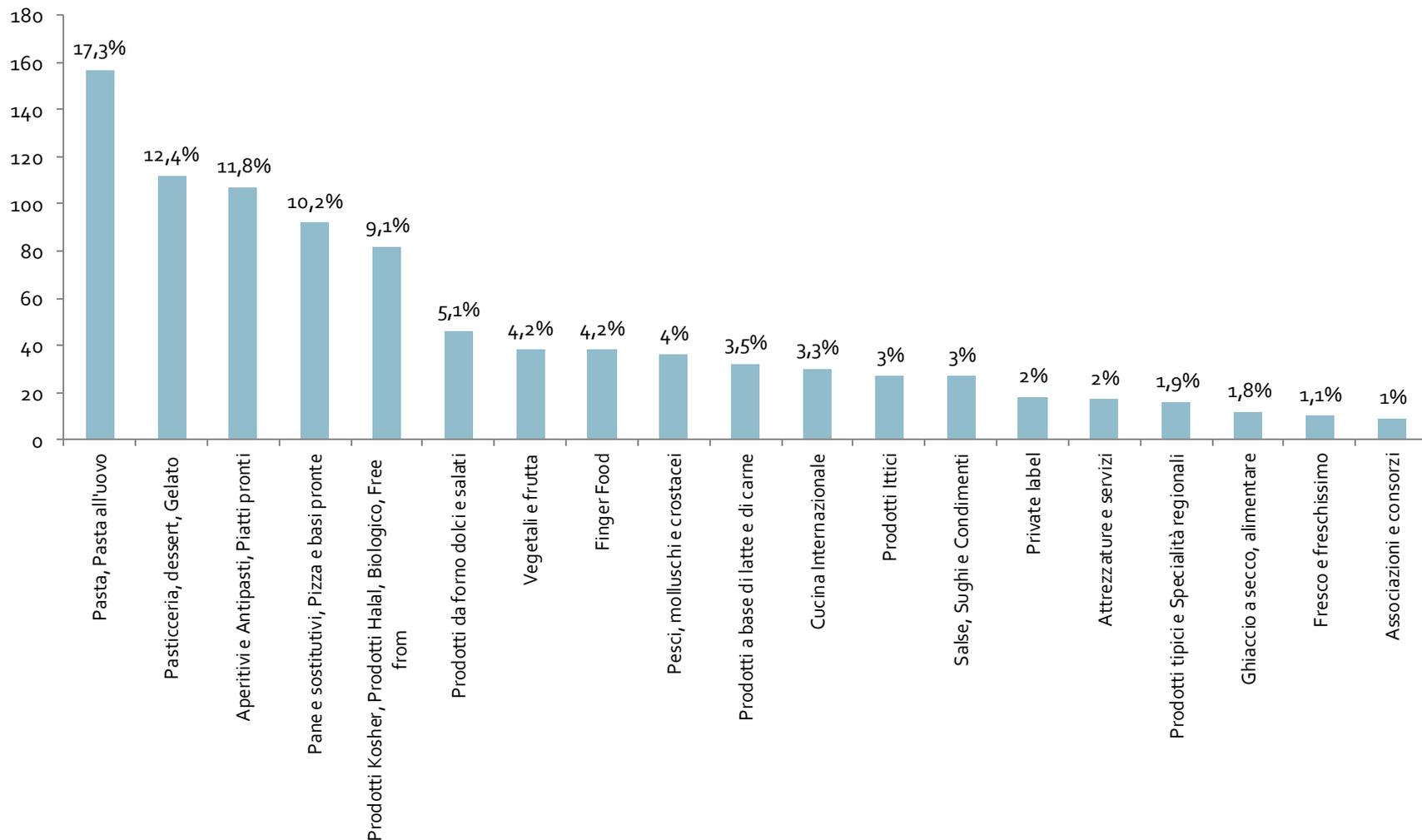
# Focus buyer

Settori di interesse per gli hosted buyer di TUTTOFOOD 2019 (risposta multipla)

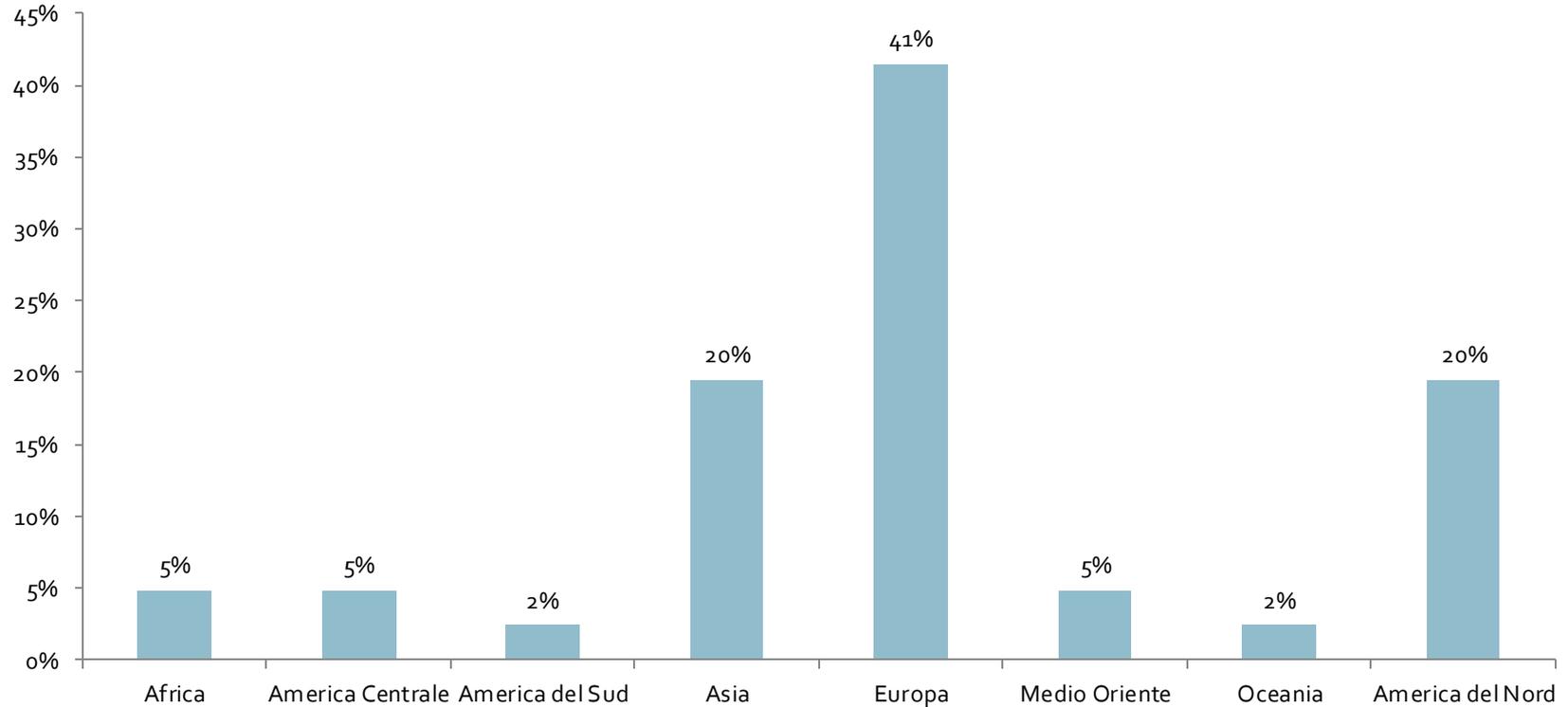


# TUTTOFROZEN - Trattative di prodotto

I prodotti più cercati dai Buyer di TUTTOFOOD 2019 (risposta multipla)



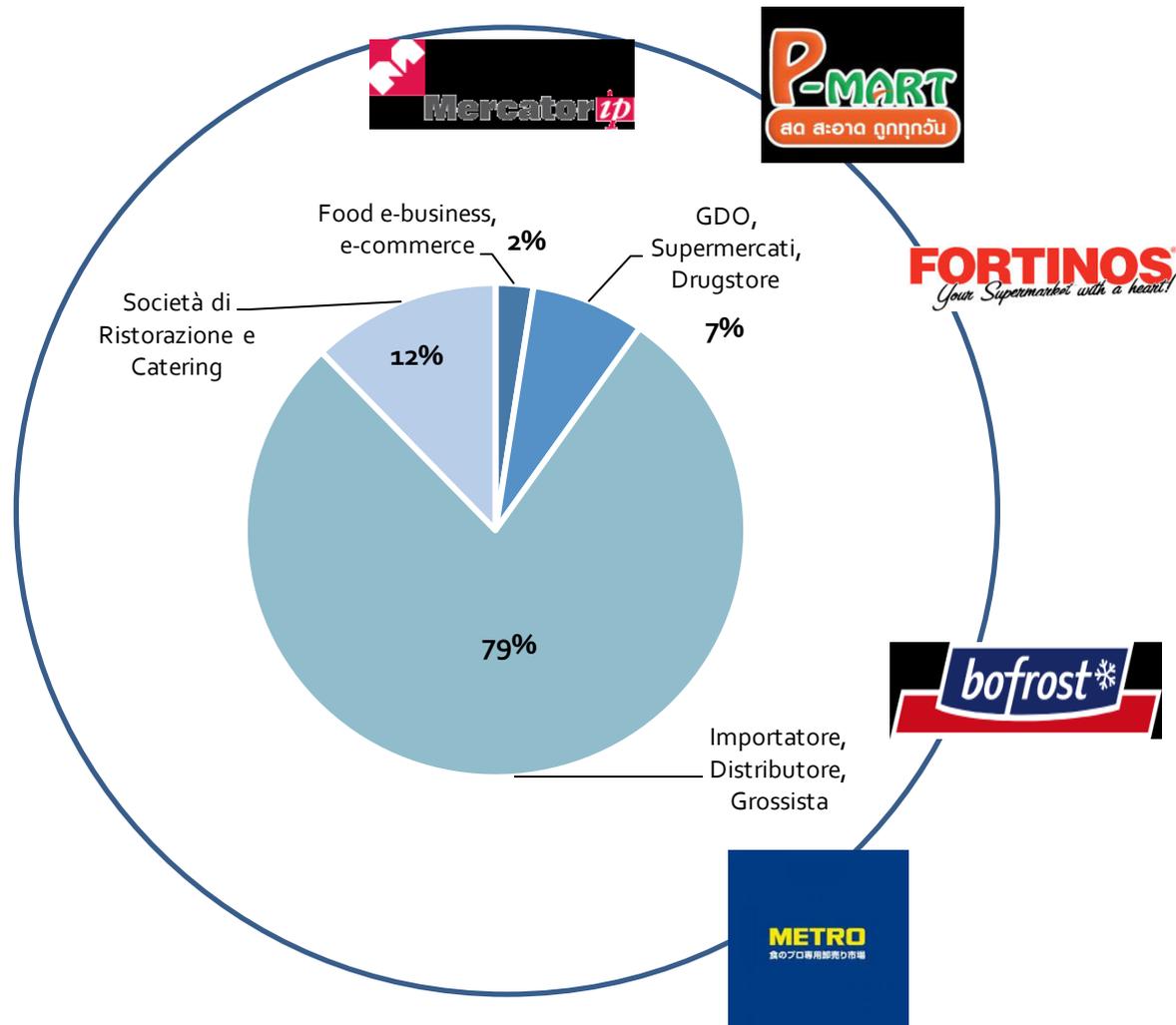
# Mercati interessati ai prodotti TUTTOFROZEN



## TOP 10 PAESI



# Top hosted buyer di TUTTOFROZEN

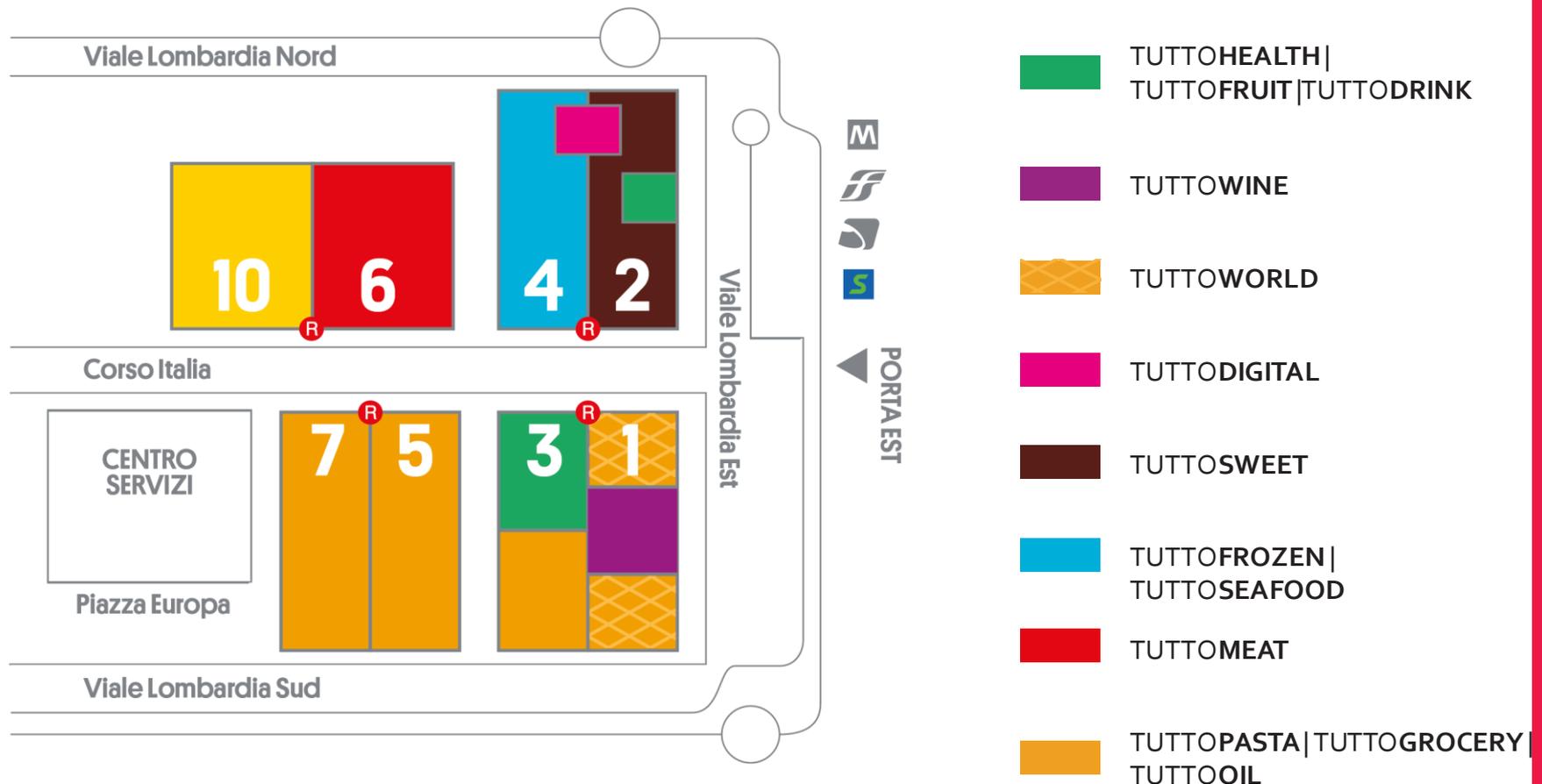


# TUTTOFOOD

## 2021

### SERVIZI PER IL BUSINESS

# Novità espositive: il layout



# MY MATCHING



**L'innovativo sistema di match-making che consente l'incontro tra espositori e buyer**

# 13.609

**Incontri generati**

My Matching è un innovativo sistema di match-making che mette in contatto espositori e buyer.

My Matching promuove l'incontro tra la domanda e l'offerta del mercato, agevolando il dialogo B2B e lo sviluppo di concrete opportunità di business.

Per gli espositori My Matching è stato un ottimo strumento per conoscere ed incontrare i migliori rivenditori internazionali e italiani, trovare potenziali clienti e scoprire i mercati più proficui per la loro attività.

Impostando la propria agenda, buyer ed espositori possono organizzare in anticipo la loro visita presso il quartiere fieristico, effettuando ricerche per prodotto, settore merceologico e paese, contattando direttamente le aziende di loro interesse e fissando appuntamenti.

# Perché usare MY MATCHING



## Perché maggiori saranno le opportunità di business

### PRIMA

della manifestazione

### REGISTRATI

Compila il tuo profilo  
in My Matching

### DURANTE

la manifestazione

### INCONTRA

Contatta e incontra i  
buyer e gli espositori  
durante la manifestazione

### DOPO

la manifestazione

### SVILUPPA IL TUO BUSINESS

Valuta gli appuntamenti  
effettuati e rimani in  
contatto con gli espositori  
e i buyer di tuo interesse

### SEGNALAZIONE DEI BUYER:

Alle aziende è inoltre offerta la possibilità di indicare i loro clienti più importanti e/o potenziali per invitarli a visitare la manifestazione come "buyer ospitati" da TUTTOFOOD.

L'ufficio Buyer valuterà le candidature e procederà a contattare i buyer selezionati.

# Comunicazione a 360°

## NEWSLETTER MENSILE

inviata a tutto il DB di manifestazione

## ROADSHOW

per focalizzare la nostra attenzione su mercati selezionati e di grande importanza

## SITO INTERNET

rinnovato e sempre più user-friendly

## INIZIATIVE MIRATE

su mercati consolidati e apertura a nuovi business: USA, Canada e Medio Oriente grazie a eventi dedicati, promozione e scouting su visitatori, buyer e associazioni

## PIANIFICAZIONE SOCIAL ADVERTISING E SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Pinterest, YouTube per aggiornare la community

## APP DEDICATA

uno strumento integrato per avere tutto a portata di click a partire dall'agenda con gli appuntamenti fissati in manifestazione

## PIANIFICAZIONE MEDIA

su oltre 300 testate con una presenza rafforzata su quelle internazionali

## EVENTI E INIZIATIVE SPECIALI

un mix tra appuntamenti di formazione ed eventi di avvicinamento per toccare le tematiche più hot del momento

## CAMPAGNA GOOGLE E RETARGETING

uno strumento utile ad incrementare l'esposizione in modo mirato e selettivo

## UFFICIO STAMPA

un aggiornamento costante con il mercato, un'antenna sempre accesa su trend, idee, novità

**Arrivederci**  
save the date

17-20  
MAGGIO  
MAY

**20  
21**

**Arrivederci**  
save the date

17-20  
MAGGIO  
MAY

**20  
21**

