



TUTTOFOOD
MILANO WORLD FOOD EXHIBITION

TUTTOFOOD 2017

l'evoluzione

Il team di TUTTOFOOD si sta impegnando intensamente per rendere l'edizione 2017 migliore di sempre.

Abbiamo:

1. lavorato per diventare ancor più **internazionali**
2. ampliato l'offerta inserendo **nuovi settori**
3. ideato nuove **aree speciali**
4. stretto **partnership** con i principali **retailer** italiani ed esteri
5. migliorato i **servizi** più importanti per il business
6. coinvolto la città con **eventi B2C**
7. Incrementato gli investimenti per la **promozione**



TUTTOFOOD 2017

1- INTERNAZIONALITA'

La International Trade Administration dello U.S. Department of Commerce ha rilasciato alla Milano World Food Exhibition, la prestigiosa **Trade Fair Certification (TFC)** rinforzando il ruolo di TUTTOFOOD come **piattaforma di business internazionale** per l'agroalimentare.

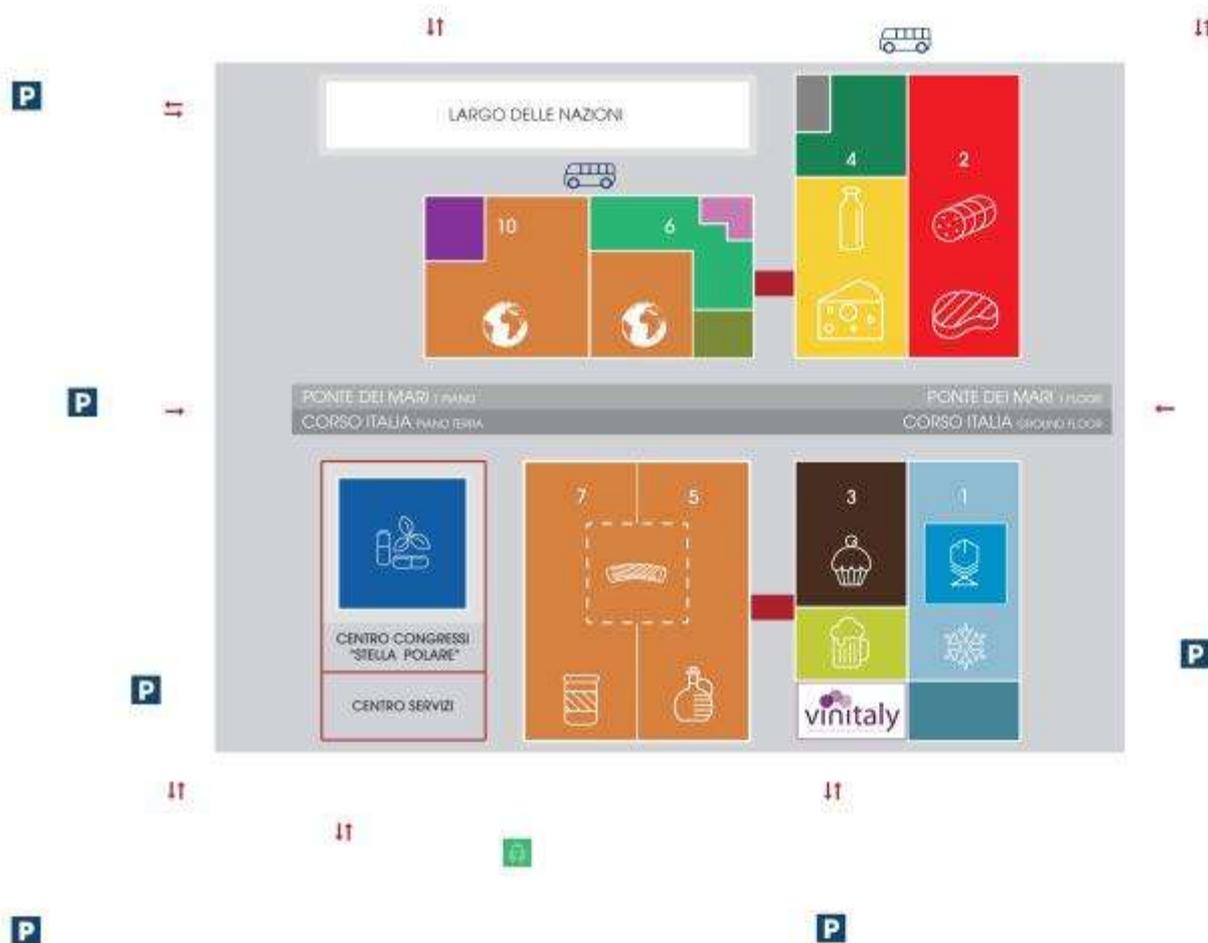
Basata su parametri di selezione molto stringenti, la **certificazione USA**, riconosce il ruolo di leadership di TUTTOFOOD, manifestazione nella quale, realtà nazionali dialogano e si confrontano in modo sempre più stretto con quelle estere.



TUTTOFOOD 2017

2- NOVITA' ESPOSITIVE

TUTTOFOOD 2017: il layout



LEGENDA

- TUTTO**DAIRY**
- TUTTO**MEAT**
- TUTTO**FROZEN**
- TUTTO**SWEET**
- TUTTO**PASTA, TUTTOBAKERY, TUTTOGROCERY, TUTTODELI, TUTTOREGIONAL, TUTTOWORLD**
- TUTTO**SEAFOOD**
- TUTTO**DRINK, TUTTOBREAKFAST**
- TUTTO**GREEN**
- TUTTO**OIL**
- TUTTO**HEALTH - SPAZIO NUTRIZIONE**
- FRUIT&VEG INNOVATION
- E-COMMERCE VILLAGE
- FROZEN FOOD VILLAGE
- VINITALY
- BUYERS LOUNGE
- RETAIL ACADEMY



Settori merceologici



TUTTOFROZEN



TUTTOPASTA



TUTTODAIRY



TUTTOBAKERY



TUTTOMEAT



TUTTOGREEN



TUTTOSWEET



TUTTODELI



TUTTOSEAFOOD



TUTTOGROCERY



TUTTODRINK



TUTTOOIL



Fruit&Veg
Innovation



Spazio Nutrizione



WINEDISCOVERY



Per ampliare la **gamma di prodotti** e completare la manifestazione con la filiera del fresco, **Fruit & Veg Innovation** – fiera del comparto ortofrutticolo nata dall'unione di Fruit Innovation a Milano e Fruit&Veg System di Fiera Verona – entrerà a far parte di **TUTTOFOOD**.

Fruit & Veg Innovation è focalizzata sul prodotto e l'innovazione, in un contesto volto ad enfatizzare il passaggio dell'ortofrutta da prodotto agricolo a specialità alimentare.



Grazie alla collaborazione con VeronaFiere, apriremo le porte al vino, da sempre complementare all'offerta alimentare rappresentata in TUTTOFOOD.



L'area dedicata esclusivamente al **settore vitivinicolo** è a cura di VeronaFiere e prevede:

- la parte espositiva
- La *Vinitaly International Academy*



Spazio Nutrizione – sostenuto dall’Università Statale di Milano – prevede un’area espositiva e un ricco programma di **convegni e corsi** che approfondiscono i temi legati alla corretta nutrizione.

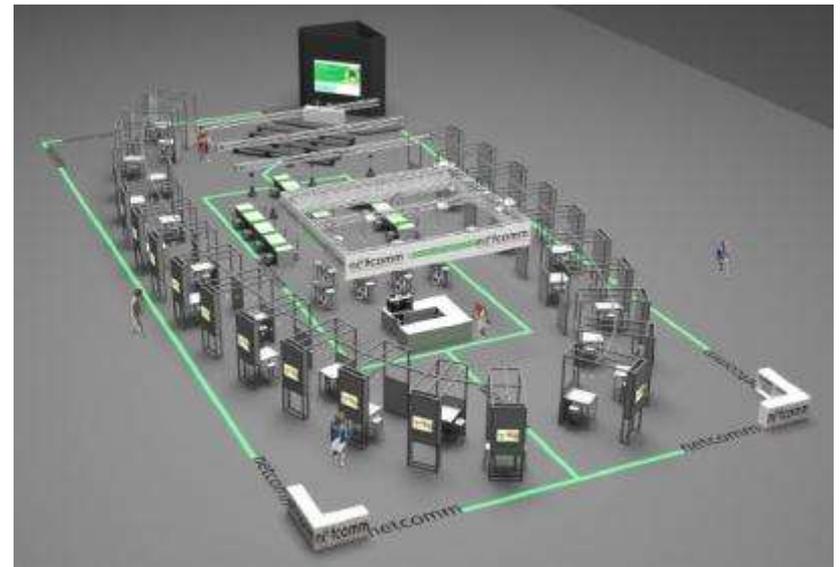
L’unione tra TUTTOFOOD e Spazio Nutrizione si fa portavoce di un legame ormai inscindibile tra **corretta nutrizione e filiera agroalimentare**.
Un *fil rouge* avviato durante EXPO 2015 e che verrà ampiamente sviluppato.

TUTTOFOOD 2017

3- LE AREE SPECIALI



TUTTOFOOD, in collaborazione con **Netcomm** - il consorzio del commercio elettronico italiano – dedica un'area d'incontro e di business per il segmento **E-commerce** in ambito *food&beverage* arricchito da eventi tematici e momenti di approfondimento ed aggiornamento.



L'area prevedrà:

- una parte espositiva
- un'area dedicata alla formazione (workshop e conferenze)
- uno spazio per incontri b2b pre-organizzati.

In collaborazione con un' **associazione internazionale** che riunisce **giovani chef** di grande talento, organizziamo un'area gestita da loro che prevede la selezione di prodotti gourmet.

Le aziende che espongono tradizionalmente a TUTTOFOOD potranno avere uno spazio nell'area con i loro prodotti top.

Le aziende e i prodotti dell'area gourmet verranno coinvolte nella serata d'inaugurazione della TUTTOFOOD Week aperta al grande pubblico.



TUTTOFOOD ha siglato una partnership con **Frozen B2B** – un marketplace che favorisce **l'incontro tra acquirenti e fornitori del settore alimentare** – con l'obiettivo di rafforzare il settore dei surgelati e aumentare la presenza di buyer qualificati provenienti da tutto il mondo con un focus specifico sulle **catene di ristoranti e quick service**.

Accanto al Frozen Village ci sarà una **Frozen Academy**, nella quale saranno presenti training session che approfondiranno diversi argomenti.



Formazione attraverso l'esperienza sul campo, ma anche divertimento e professionalità: è questa la filosofia di TUTTOFOOD **ACADEMY**, le aree dedicate alla formazione degli operatori

Corsi, workshop, educational, spettacolo e soprattutto tante dimostrazioni coinvolgenti a cura di partner specializzati per sviluppare nuove competenze e abilità, conoscere i trend di consumo e scoprire segreti di preparazione.

Un programma vivace scandirà i giorni della manifestazione con appuntamenti della durata di poco meno di un'ora.



TUTTOFOOD 2017

4- LA PARTNERSHIP CON IL TRADE

Con l'obiettivo di incrementare l'internazionalizzazione della manifestazione TUTTOFOOD ha siglato una partnership con

[Daymon Worldwide](#).

Daymon

La collaborazione prevede:

- il **coinvolgimento** e la **presenza di retailer stranieri** interessati al mercato italiano;
- **l'incontro con grandi insegne italiane**;
- **meeting B2B** con le aziende espositrici e la realizzazione di momenti di **formazione e confronto sul mondo** della grande distribuzione a livello internazionale

TUTTOFOOD ha incontrato i principali retailer italiani presentando la manifestazione come una piattaforma per la **condivisione** di **tematiche** e **facilitatore** di **opportunità**.

I partner della GDO italiana :

- Parteciperanno all' **International Retail Academy** per raccontare le loro best practice, dialogare con altri retailer (nazionali e internazionali) sulla categoria
- organizzeranno **meeting B2B** con gli espositori
- verranno coinvolti in **Store Tour** presso i loro punti vendita

TUTTOFOOD 2017

5- SERVIZI PER IL BUSINESS



Crescere sempre di più e meglio

L'edizione 2015 di TUTTOFOOD ha visto un grande incremento di visitatori, sia italiani che esteri.

L'obiettivo per il 2017 è **crescere ulteriormente e in qualità**, sia per l'Italia che per la parte internazionale.

In particolare ci stiamo concentrando su:

- Bar
- Cash & Carry
- Catene di Hotel
- Catene di ristorazione
- Caterer
- Centrali d'acquisto, Cooperative
- Dettaglianti
- Discount



- Distributore
- Drugstore
- Duty Free
- Food Broker
- Food e-business, e-commerce
- Food Service
- GDO, Iper e Supermercati



- Grandi magazzini, Centri commerciali
- Grossisti
- Hotel di lusso, Resort, Golf Club
- Importatori
- Negozi di specialità, Gastronomie d'eccellenza
- Quick service



PROGRAMMA VIP BUYER

- Gli operatori che hanno un **ruolo decisivo** nel processo **d'acquisto** godranno di un **programma VIP buyer Italia** e avranno accesso alla piattaforma online per il **business matching** tramite la quale dovranno:
 - profilarsi
 - richiedere appuntamenti
 - creare un'agenda d'incontri pre manifestazione

INCOMING BUYER PROGRAM

TUTTOFOOD continuerà ad investire nel programma «Incoming Buyer» per fidelizzare i **buyer internazionali**.

Il programma ha l'obiettivo di garantire la presenza dei **top decision maker** internazionali per tutti i settori rappresentati in mostra.

Gli espositori stessi hanno la possibilità di indicare i loro clienti più importanti e/o potenziali per invitarli a visitare la manifestazione come «hosted buyer», dopo esser stati convalidati da TUTTOFOOD.

Principali **Paesi target**:

- | | | |
|---------------|---------------|-------------|
| - Germania | - Danimarca | - Russia |
| - Francia | - Svezia | - Sudafrica |
| - Spagna | - Stati Uniti | - Australia |
| - Regno Unito | - Canada | - Iran |
| - Olanda | - Giappone | - Cina |

Una piattaforma di matching rinnovata

TUTTOFOOD mette a disposizione un **innovativo sistema di match-making** che consente ad espositori e buyer di **fissare appuntamenti prima che la manifestazione abbia inizio.**

La piattaforma promuove l'incontro tra la domanda e l'offerta del mercato agevolando il **dialogo B2B** e lo sviluppo di concrete **opportunità di business.**



Le caratteristiche del servizio:

- **Interfaccia grafica più intuitiva**, completamente rinnovata
- **Facile registrazione** e compilazione del profilo: completando le informazioni richieste è possibile descrivere la propria attività e promuovere il proprio brand
- Possibilità di accedere con **più utenti** per la stessa azienda
- Assistenza diretta con *concierge*
- Ricerca libera per **macro settore** e **nazione**
- **Richiesta diretta di appuntamento a buyer**
- Possibilità di richiedere **appuntamento tra espositori**
- **Agenda** personalizzata

TUTTOFOOD 2017

6- EVENTI IN CITTA'

Per la prima volta **TUTTOFOOD** si apre al consumatore finale con la **TUTTOFOOD** Week, una settimana che vede protagonista Milano, i suoi ristoranti e i suoi locali.

Un evento che prevede un grande battage mediatico e con la collaborazione di tutte le istituzioni fortemente legate al territorio.

L'evento vede il suo cuore pulsante in una zona centrale di Milano da **giovedì 4** a **giovedì 11** maggio 2017.

Volendo coinvolgere la città, si è deciso di aggiungere anche il fine settimana anticipando così i giorni di **TUTTOFOOD**.

Collaborazione ampia con JRE che gestiranno **l'area Gourmet** all'interno di TUTTOFOOD e durante la TUTTOFOOD Week.

JRE
JEUNES RESTAURATEURS

I JRE avranno il ruolo di **selezionatori dei prodotti internazionali.**

L'evento gourmet **TASTE of Milano**, manifestazione annuale dedicata al mondo dei *foodies* verrà realizzato durante i giorni della TUTTOFOOD Week.

taste
of Milano

Si sono dimostrati interessati a fare sistema con del territorio a sostegno del food partecipando con le associazioni partner di Confcommercio.

Attraverso i partner sopracitati si sono ipotizzate le seguenti attività:

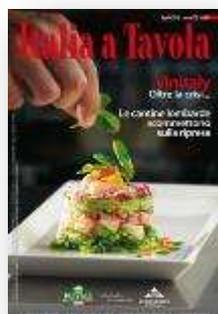
- Le Vie del Gusto
- La cena sospesa, food e solidarietà
- I laboratori del pane
- Settimana dell'educazione alimentare
- Il cibo tra luci e musica
- Street Food
- Enjoy the table
- Capac, il politecnico del commercio

TUTTOFOOD 2017

7- COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

TUTTOFOOD: la promozione sulla stampa italiana

Per l'edizione del 2017, TUTTOFOOD sta investendo grandi risorse in promozione e comunicazione.



Italia a Tavola



Mark Up



GDO Week



Food Magazine



Mixer



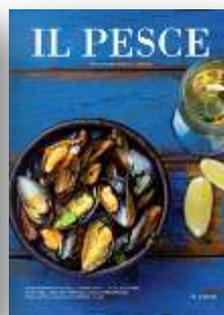
Bargiornale



Italy Export



Eurocarni



Il Pesce



Formaggi & Consumi



Dolci & Consumi



Salumi & Consumi



Distribuzione Moderna

TUTTOFOOD: la promozione sulla stampa internazionale



Cash



LSA



Lebens
Mittel Zeitung



InStore



Private Label



Private Label



Aral



Dulcypas



Fodo&Drink News



Alimarket



TUTTOFOOD: la promozione sulla stampa internazionale



European Supermarket News



Supermarket Today



Frozen Food Europe



International Supermarket News



The seafood International Market & Restaurant

TUTTOFOOD: la promozione sul web



www.alimentando.info



www.surgelatimagazine.com



www.foodweb.it



www.distribuzionemoderna.info



www.italiaatavola.net



www.mixerplanet.it



www.italyexport.net



www.mark-up.it



www.gdoweeek.it



TUTTOFOOD: la promozione sul web



www.bargiornale.it



www.italianfoodexcellence.com



www.instoremag.it



www.pastaria.it



www.cash.at



www.lsa-conso.fr



www.processalimentaire.com



www.rundschau.de



www.revistaaral.com



