

FIERE

A Tuttofood 2021 il nuovo concept di Retail Plaza

Uno spazio che rende più efficace l'incontro tra GDO & retail e produttori. Oltre 12 incontri su temi dai nuovi formati del Retail, con focus su omnicanalità, nuovi formati distributivi

Le sinergie tra produttori da un lato e GDO e Retail dall'altro hanno fortemente contribuito alla resilienza dell'agroalimentare durante l'emergenza Covid e oltre. La sfida ora è affrontare insieme gli importanti cambiamenti che attendono il settore.

L'incontro più efficace tra produttori e distribuzione

Se *Tuttofood* è stata fin dalle prime edizioni la sede privilegiata dove i produttori si confrontano con la distribuzione organizzata, l'inter-scambio quest'anno sarà ancora più intenso ed efficace grazie al nuovo format di **Retail Plaza**: un palinsesto di incontri dove top manager, accademici ed esperti delinearanno il futuro della distribuzione, analizzando i nuovi trend, confrontandosi

sulle *best practice*, offrendo infine significative soluzioni che aiuteranno le imprese a rispondere in modo proattivo alla nuova normalità: si parlerà di omnicanalità, di nuovi formati distributivi che portano a nuove abitudini di consumo, più veloci ma anche più responsabili. E anche di trasformazione digitale e sostenibilità, che rappresenta una straordinaria opportunità di innovazione.

Un ulteriore valore aggiunto sarà la numerosa e qualificata presenza in manifestazione di buyer, che a Retail Plaza si rendono disponibili a discutere di tematiche raramente affrontate in altre sedi. I numeri rendono l'idea della posta in gioco. Secondo i dati elaborati per *Tuttofood* da IRI, nei primi sei mesi di quest'anno le vendite di alimentare confezionato nella distribuzione organizzata han-

no sfiorato i 30 miliardi in valore (29.826 milioni di euro), con un ulteriore incremento dell'1,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, che includeva il boom di vendite durante il primo *lockdown*. A luglio il miglioramento è ancora più marcato: la crescita rispetto allo stesso mese del 2020 è infatti pari al 4,1%, con vendite per quasi 3,8 miliardi in valore.

Un momento di confronto sullo stato dell'arte

Tutto il format è stato ripensato e prodotto valorizzando le competenze specifiche di **Business International-Fiera Milano Media**, tra i partner di riferimento del settore per la capacità di creare contenuti di qualità, occasioni di networking e nuove opportunità di business. L'edizione di quest'anno si avvale anche della collaborazione di *Retail Institute Italy*, autorevole associazione del settore nel nostro Paese, oltre che di partnership con il mondo accademico — quali le università IULM e LIUC Castellanza — e con i principali istituti di ricerca specializzati come IRI, Nielsen o Eumetra. Di rilievo anche il contributo delle *media partnership* con le più importanti testate di settore quali *Largo Consumo*, *Mark UP*, *GDOWeek*, *Distribuzione Moderna*.

I temi più attuali del momento saranno approfonditi e dibattuti ai massimi livelli grazie alle partecipazioni confermate ad oggi di oltre 20 top manager della GDO e del retail, tra cui i presidenti di *COOP Italia*, *MD*, *LIDL Italia* e *Coralis*, gli Amministratori Delegati di *Gruppo*



Dodici appuntamenti per approfondire i temi più hot

Venerdì 22 ottobre

Tra gli incontri di venerdì 22 ottobre spiccano *Omnicanale e con servizi sempre più personalizzati: ecco il retail del futuro*, in cui si discuterà con la moderazione di ARMANDO GAROSCI, direttore editoriale di LARGO CONSUMO, di come il retail diventi sempre più smart per promuovere esperienze d'acquisto personalizzate senza limiti tra negozio fisico, e-commerce; e *Digital Food Marketing: il mondo nuovo di cibo e ristorazione*, che esplorerà come affrontare una comunicazione contemporanea, in tempo reale e pluricanale senza perdere l'identità aziendale, con la moderazione di NICOLETTA POLLOTTO, founder & food project manager di *MuseComunicazione*.

Sabato 23 ottobre

Si parlerà di come evolverà il settore alla luce dei nuovi equilibri socio-demografici, della maggiore flessibilità nel mondo del lavoro e delle conseguenze della pandemia in una conversazione guidata da GIUSEPPE STIGLIANO, CEO di *Wunderman Thompson Italy* (Gruppo WPP), docente di *Retail Marketing Innovation* in IULM, Università Cattolica del Sacro Cuore e Politecnico di Milano e coautore dei volumi *"Retail 4.0 - 10 Regole per l'Era Digitale"* e *"Onlife Fashion - 10 regole per un mondo senza regole"*. Ancora con Giuseppe Stigliano, si terrà un *Focus sul discount* che approfondirà le prospettive di sviluppi in Italia in considerazione delle nuove esigenze di servizio, incluso quello digitale e della crescente competizione.

Domenica 24 ottobre

Si prosegue con un incontro moderato da ARMANDO BRESCIA, direttore di *DISTRIBUZIONE MODERNA*, su *"Cambiamenti di consumo e nuovi*

assortimenti: industria e distribuzione a confronto", che tratterà di come si stanno evolvendo gli equilibri tra le diverse componenti della filiera, mentre nuovamente con la partecipazione di Giuseppe Stigliano l'appuntamento sul *"Futuro del Food Delivery"* approfondirà l'evoluzione di questo canale dopo i lockdown, a fronte di un pubblico sempre più vasto che si è abituato alla comodità e alla convenienza di poter ordinare un pasto pronto o le materie prime per prepararlo con la massima flessibilità. Verrà quindi analizzato come la Grande Distribuzione, spinta dal cambiamento delle modalità di acquisto dei consumatori, possa restare protagonista di questo cambiamento.

Lunedì 25 ottobre

I dibattiti di Retail Plaza si concluderanno lunedì 25 ottobre. Di rilievo tra gli altri, in questa giornata, l'appuntamento su *Digital transformation e GDO*, che vede come moderatrice STEFANIA LORUSSO, responsabile editoriale di *Distribuzione Moderna*, in cui si parlerà di come valorizzare la crescita a doppia cifra delle vendite online determinata dalla pandemia in chiave di riorganizzazione dei format e dell'esperienza del cliente. Il tema trasversale della sostenibilità sarà affrontato nell'incontro *"La sostenibilità sullo scaffale: a che punto siamo?"*, che approfondirà le opportunità di innovazione e nuova relazione con il cliente, il territorio, la comunità, con la concretizzazione "sullo scaffale" che richiede di ripensare assortimenti, prodotti, packaging, logistica, gestione degli sprechi.

- Per il palinsesto completo di Retail Plaza visitare: www.tuttofood.it/eventi/eventi/retail-plaza0.html

Végé, CRAI Secom, Penny Market Italia, Conad, Carrefour Italia, i direttori generali-commerciali di *Basko-Gruppo Sogegross, Glovo Italia, Deliveroo Italy, Decò Italia, Selex Gruppo Commerciale*; i direttori marketing-comunicazione di *Bennet, Pam Panorama, Carrefour Italia, Penny Market Italia, Conad*. Saranno coinvolte anche alcune tra le start-up e realtà più innovative come *Quomi, Qualitando, Acquainbrick, Appetite for Disruption, Macha e Poke House*.

Un panel dedicato a *Healthy Food, Happy Customers* sarà moderato da CRISTINA LAZZATI, direttrice responsabile di *Mark UPe GDOWeek*. L'appuntamento tratterà di come l'esperienza del Covid abbia fatto evolvere il consumatore dall'attenzione al salutismo all'esigenza

di "mettere salute" nel carrello in un'ottica di benessere più completo.

Tuttofood 2021 si delinea quindi come un'edizione fortemente orientata alla qualità dei contenuti non solo nell'area espositiva, ma anche nel fitto palinsesto che, oltre a Retail Plaza, prevede eventi organizzati con numerose associazioni partner: Unione Italiana Food (AIDEPI), APCI, ASS.I.C.A., FEDERBIO, UIV, UNAS/UNIONALIMENTARI.

Quest'anno il salone sarà anche in co-location con **HOSTMilano**, la fiera leader mondiale dell'ospitalità e del fuori casa, e **MEAT-TECH**, l'evento dedicato alle tecnologie per la lavorazione delle carni e i piatti pronti. La co-location consentirà alla manifestazione di ampliare la

base dei visitatori con attori di filiere affini. Un'esperienza che si potrà vivere in totale sicurezza grazie a *Safe Together*, il protocollo messo a punto da **Fiera Milano**, nel pieno rispetto delle regole e dei protocolli sanitari emanati a livello nazionale che copre le modalità di accesso, la gestione delle aree espositive — inclusa la sanificazione — e le misure di protezione durante la visita.

TUTTOFOOD
MILANO

Tuttofood 2021

fieramilano

Dal 22 al 26 ottobre prossimi

www.tuttofood.it

@TuttoFoodMilano