

IN EVIDENZA 🔗 Giorgia Meloni Il nuovo governo La guerra in Ucraina Secondo Natura Over

Ad

Fiera Milano

## TuttoFood, il ritorno nel 2023 con focus sul commercio online

27 Ottobre 2022 - 13:26

Al Netcomm Focus i dati sulla crescita continua del digital food & grocery e le anticipazioni sulla grande manifestazione di **Fiera Milano** dedicata all'agroalimentare e alla sua filiera, leader in Italia e tra le prime tre in Europa che si terrà dall'8 all'11 maggio prossimi

Alberto Taliani

0



Non si ferma dopo l'esplosione di **acquisti online** nel periodo della pandemia la **crescita del digital Food & Grocery** in Italia: il comparto **Food** aumenta infatti del 4,2%, con punte dell'8,8% per la drogheria alimentare. La penetrazione sul mercato si attesta al 42,4%, 8% in più rispetto al pre-Covid, interessando **10,8 milioni di acquirenti online**, 2,4 milioni rispetto al pre-Covid. Buone in particolare le performance dei primi 30 produttori, che insieme valgono oltre il 31% degli assortimenti, e del private label (17%) e conquistano spazio anche le Pmi dell'agroalimentare: sono quasi 900 e offrono oltre 5.800 marche.

Lo *European E-commerce Report 2022* di Eurocommerce ed Ecommerce Europe, l'associazione del commercio digitale di cui Netcomm è co-fondatore, registra che nel 2021 in Europa il commercio digitale è cresciuto del 13%, raggiungendo 718 miliardi di euro, e si prevede continuerà a crescere nel 2022. Il Sud Europa conta per il 16% del fatturato totale che è 118 miliardi di euro. Scenario delineato dall'*Osservatorio Digital Fmcg* di Netcomm in collaborazione con NielsenIQ, al **Netcomm Focus Food** evento di cui è partner **TuttoFood**, la grande manifestazione di **Fiera Milano** dedicata all'agroalimentare e alla sua filiera leader in Italia e tra i primi tre in Europa che si terrà dall'8 all'11 maggio 2023 e che in questa occasione ha presentato le prime novità della prossima edizione.



## Il commercio digitale

Il supporto al focus di Netcomm fa parte di un percorso di collaborazione continuativa che culminerà nei giorni della fiera con una importante serie di **iniziative di formazione e informazione** che hanno l'obiettivo di fornire ad aziende, professionisti e visitatori una "cassetta degli attrezzi" per affrontare in maniera concreta e operativa lo **sbarco nel pianeta online**: dall'aggiunta di funzionalità e-commerce ai propri siti, alla distribuzione attraverso le grandi piattaforme internazionali, fino alla logistica e ai metodi di pagamento.

Confronto con la distribuzione in una prospettiva multicanale è **Retail Plaza**, il format unico nel settore che mette in primo piano le voci dei protagonisti delle filiere. Gli incontri di Retail Plaza individuano i **trend**, ma offre anche significative **soluzioni** per aiutare le **imprese** a rispondere alle evoluzioni dei consumatori e dei mercati, anche grazie alla qualificata presenza di buyer che a Retail Plaza si rendono disponibili a discutere di tematiche raramente affrontate in altre sedi. Tra i temi già delineati il caso di successo del **cibo etnico con ingredienti italiani**; i nuovi **format nel food retail** e la **contaminazione** tra insegne tradizionali e delivery, accordi per l'ultimo miglio e frizioni sul food cost e fee.

Seconda edizione per il **Better Future Award** riconoscimento dedicato a **prodotti e soluzioni** che propongono **risposte innovative** alle esigenze alla sostenibilità ambientale, etica e sociale. Tra i punti più qualificanti del premio, la giuria indipendente composta da autorevoli esperti internazionali e la partnership con *Gdoweek* e *MarkUP*, testate trade di riferimento per la distribuzione organizzata in Italia e portatrici di un'expertise unica nella selezione di prodotti innovativi.



## Innovazione sostenibile

I visitatori potranno contare in particolare su un inedito **Green Trail** che li guiderà alla scoperta dei prodotti bio, naturali, free-from, plant-based, km zero, a etichetta corta o sostenibili e integrerà le proposte legate alla transizione digitale sia nei padiglioni sia nell'area **TuttoDigital**, focalizzata su e-commerce, food delivery, app, innovazione tecnologica e soluzioni di tracciabilità.

## Hub fieristico internazionale

Con oltre cento eventi, espositori e buyer provenienti da tutto il mondo, l'edizione 2023 di TuttoFood punta a riconfermare gli importanti numeri pre-pandemia che ne hanno decretato il successo. Sono già oltre **650 gli espositori registrati, dei quali più del 18% presenti per la prima volta, provenienti da 22 Paesi** e in particolare da Nord America, Europa e Sudest Asia, ma anche da new entry assolute come la Nuova Zelanda. Tra i punti di forza anche le numerose e qualificate collaborazioni con associazioni di categoria, analisti di settore, mondo accademico e con ICE-ITA Agenzia che collabora allo scouting di buyer internazionali altamente profilati.

TuttoFood 2023 si terrà a fieramilano dall'8 all'11 maggio 2023.

Utte le informazioni su [www.tuttofood.it](http://www.tuttofood.it), @TuttoFoodMilano.

Ad

Commenti

Attendi

Commenta