



**FIERA MILANO**

**TUTTOFOOD**  
MILANO

Ufficio stampa  
Fiera Milano

Rosy Mazzanti  
Simone Zavettieri  
+39 0249977457  
+39 335 6992328  
press.host@fieramilano.it

Ufficio stampa  
Il Quadrifoglio

Italia  
Elisa Facchetti  
+ 39 02 36596033  
account1@quacom.it  
Estero  
Francesca Legnani  
+ 39 02 36596033  
press@quacom.it

Fiera Milano S.p.A.  
+39 02.4997.1  
fieramilano@fieramilano.it  
fieramilano.it

**Ufficio stampa / Press office**

## **NETCOMM FOCUS FOOD, TUTTOFOOD PRESENTA I PUNTI DI FORZA 2023 PER LA CRESCITA ONLINE DELLE AZIENDE**

- *Online il comparto Food cresce del 4,2% con punte dell'8,8% nella drogheria; la penetrazione supera il 42% pari a 10,8 milioni di acquirenti online*
- *TUTTOFOOD 2023 proporrà spunti valorizzabili in chiave e-commerce a Retail Plaza, il format dedicato alla GDO e Retail innovativa; il Better Future Award premierà inoltre le migliori soluzioni di innovazione sostenibile*
- *L'appuntamento è a fieramilano dall'8 all'11 maggio 2023 con, decine di eventi; già confermati oltre 650 espositori (di cui più di 110 nuovi) da 22 Paesi, tra cui la new entry Nuova Zelanda, e buyer da tutto il mondo*

Milano, 27 ottobre 2022 – Durante la pandemia è stato vero e proprio boom. E nella nuova normalità continua la crescita del **Digital Food & Grocery** in Italia: il comparto Food aumenta del **4,2%**, con punte dell'**8,8%** per la drogheria alimentare, e la penetrazione ha raggiunto il **42,4%** (+8 punti rispetto al pre-Covid) pari a **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%)**. Ma **c'è spazio anche per le PMI**, così numerose nell'agroalimentare: sono **quasi 900** e propongono **oltre 5.800 marche**.

Per quanto riguarda l'internazionale, lo **European E-commerce Report 2022** di Eurocommerce ed Ecommerce Europe, l'associazione europea del commercio digitale di cui Netcomm è co-fondatore, registra che nel 2021 in Europa il commercio digitale è **creciuto del 13%, raggiungendo i 718 miliardi di euro**, e si prevede continuerà a crescere nel 2022. Il Sud Europa conta per il **16%** del fatturato totale, pari a **118 miliardi di euro**.

Sono solo alcuni dei dati dell'ultimo **Osservatorio Digital FMCG di Netcomm in collaborazione con NielsenIQ**, presentati oggi al **Netcomm Focus Food**: per **TUTTOFOOD** l'evento, di cui la manifestazione è partner, rappresenta anche un'opportunità di presentare il *work in progress* verso la prossima edizione – **l'hub dell'agroalimentare leader in Italia e tra i primi tre in Europa, a fieramilano dall'8 all'11 maggio 2023** – come percorso che va ormai ben oltre il momento espositivo per accompagnare tutto l'anno gli operatori verso la generazione di business **valorizzando l'innovazione**, come nel caso del **commercio digitale**.

### **Il commercio digitale tra i temi chiave di TUTTOFOOD 2023**

Il supporto al Focus di oggi si inserisce in un percorso di collaborazione continuativa tra Netcomm e **TUTTOFOOD**, che culminerà nei giorni di mostra con una serie di iniziative di formazione e informazione nell'ambito del ricco palinsesto



**FIERA MILANO**

**TUTTOFOOD**  
MILANO

**Ufficio stampa  
Fiera Milano**

Rosy Mazzanti  
Simone Zavettieri  
+39 0249977457  
+39 335 6992328  
press.host@fieramilano.it

**Ufficio stampa  
Il Quadrifoglio**

Italia  
Elisa Facchetti  
+ 39 02 36596033  
account1@quacom.it  
Estero  
Francesca Legnani  
+ 39 02 36596033  
press@quacom.it

**Fiera Milano S.p.A.**

+39 02.4997.1  
fieramilano@fieramilano.it  
fieramilano.it

di eventi. Obiettivo degli incontri sarà fornire agli attori delle filiere F&B una **“cassetta degli attrezzi”** per affrontare in maniera concreta e operativa **lo sbarco online**: dall'aggiunta di funzionalità e-commerce ai propri siti, alla distribuzione tramite le grandi piattaforme internazionali, fino alla logistica e i metodi di pagamento.

Altra importante occasione per confrontarsi con la distribuzione in una prospettiva multicanale sarà **Retail Plaza**, il format unico nel settore che mette in primo piano le vive voci dei protagonisti delle filiere. Gli incontri di Retail Plaza non si limitano a individuare i trend, ma offre anche **significative soluzioni** per aiutare le imprese a rispondere in modo proattivo alle evoluzioni dei consumatori e dei mercati, anche grazie alla **numerosa e qualificata presenza in manifestazione 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 quelle del delivery, tra accordi per l'ultimo miglio e frizioni sul food cost e fee.

**Better Future Award** è invece il riconoscimento, giunto alla seconda edizione, dedicato a prodotti e soluzioni che propongono risposte innovative alle esigenze di **una sostenibilità a tutto campo, non solo ambientale ma anche etica e sociale**, con un approccio di cui TUTTOFOOD è stata pioniera. Tra i punti più qualificanti del **Better Future Award**, una giuria indipendente composta da autorevoli esperti internazionali, a garanzia dell'obiettività delle scelte, e una forte partnership con **Gdweek e MarkUP**, testate trade di riferimento per la distribuzione organizzata in Italia e portatrici di un'expertise unica nella selezione di prodotti innovativi.

**L'innovazione sostenibile come leitmotiv**

L'**innovazione sostenibile** sarà il filo conduttore anche nel percorso espositivo. Quest'anno 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** nei diversi settori e che integrerà le proposte legate alla **transizione digitale** proposte sia nei padiglioni, sia specificamente nel settore **TUTTODIGITAL**, focalizzato su commercio digitale, food delivery, app, innovazione tecnologica e soluzioni di tracciabilità.

Con oltre cento eventi e con espositori e buyer da tutto il mondo, TUTTOFOOD è un hub internazionale del Food & Beverage e la prossima edizione mira a riconfermare gli importanti numeri pre-pandemia. A oggi 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**, mentre sono attesi buyer da tutto il mondo.



**FIERA MILANO**

**TUTTOFOOD**  
MILANO

**Ufficio stampa  
Fiera Milano**

Rosy Mazzanti  
Simone Zavettieri  
+39 0249977457  
+39 335 6992328  
press.host@fieramilano.it

**Ufficio stampa  
Il Quadrifoglio**

Italia  
Elisa Facchetti  
+ 39 02 36596033  
account1@quacom.it  
Estero  
Francesca Legnani  
+ 39 02 36596033  
press@quacom.it

**Fiera Milano S.p.A.**

+39 02.4997.1  
fieramilano@fieramilano.it  
fieramilano.it

TUTTOFOOD si contraddistingue anche per le numerose e qualificate collaborazioni con associazioni di categoria, analisti di settore, mondo accademico, oltre che 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.  
Per info aggiornate: [www.tuttofood.it](http://www.tuttofood.it), @TuttoFoodMilano.