



TUTTOFOOD
IL BUSINESS DAL GUSTO
INTERNAZIONALE

TUTTOFOOD
*BUSINESS WITH AN
INTERNATIONAL
FLAVOUR*



TUTTOFOOD
MILANO WORLD FOOD EXHIBITION

www.tuttofood.it

10-13 Giugno-*June* 2009
fieramilano



LA MANIFESTAZIONE *THE EXHIBITION*

Creare business attraverso
l'internazionalizzazione
è questa la leva strategica che sta alla base
del successo di **TUTTOFOOD**

TUTTOFOOD è la fiera degli imprenditori per gli
imprenditori, un innovativo concetto di manifestazione
fieristica in cui le aziende sono chiamate a collaborare nella
pianificazione dell'evento biennale.

TUTTOFOOD è l'unica manifestazione che permette di
fare business 365 giorni l'anno anche grazie all'**esclusiva
piattaforma** presente sul sito che permetterà agli espositori
di attingere ad **informazioni privilegiate** per incrementare
la loro attività.

Teatro naturale di un evento di questa portata non può che
essere l'**Italia**, dove l'industria alimentare, secondo settore
manifatturiero a livello nazionale dopo il metalmeccanico*,
rappresenta la seconda voce del PIL ed in particolare
Milano, città votata da sempre al business, dotata di 3
aeroporti, sede della Borsa e di 7 Università.

Milano e la sua Fiera sono motori dell'economia italiana e luoghi
dove confluiscono **tradizione, modernità e business**. Il know
how manageriale, la qualità dei servizi, l'organizzazione, le
strutture d'avanguardia, la rete di uffici che Fiera Milano ha in
tutto il mondo assicurano il **successo** di **TUTTOFOOD**.

TUTTOFOOD
IL BUSINESS DAL GUSTO
INTERNAZIONALE

TUTTOFOOD
*BUSINESS WITH AN
INTERNATIONAL
FLAVOUR*



*Con 113 miliardi di euro di fatturato, di cui
18 di export, 6500 aziende e ben 400 mila lavoratori
(Fonte Federalimentare, 15 Maggio 2008)



TUTTOFOOD non è una fiera come le altre

- È una **grande e qualificata rassegna professionale** dell'agroalimentare, una vetrina efficace per presentare e scoprire le idee innovative del settore.

- È una **manifestazione realmente internazionale** a cui hanno accesso esclusivamente gli operatori del settore.

- È la fiera che riesce ad integrare le necessità delle aziende che rivolgono la loro produzione al mercato italiano con quelle delle aziende che guardano all'esportazione come ad una **opportunità di sviluppo**.

- È l'evento capace di far **incontrare** i canali produttivi dell'industria alimentare con la distribuzione italiana ed estera in tutte le sue forme, dal negozio di specialità alla private label.



- È l'appuntamento da mettere in agenda poiché permette di **risparmiare tempo e denaro** offrendo una gamma di prodotti in grado di soddisfare tutte le esigenze.

- È il luogo ideale in cui confrontare le proprie esperienze, **analizzare i trend di mercato**, comprendere l'evoluzione dei consumi e dei comportamenti d'acquisto attraverso l'**organizzazione mirata** di workshop, seminari, convegni e meeting.



ESPORRE A
TUTTOFOOD
EXHIBIT AT
TUTTOFOOD

TANTI BUONI MOTIVI PER
ESPORRE A **TUTTOFOOD**.
TUTTO PER ALIMENTARE IL
VOSTRO BUSINESS

*LOTS OF GOOD REASONS
FOR EXHIBITING AT
TUTTOFOOD.
EVERYTHING TO FEED YOUR
BUSINESS*

TUTTOFOOD Business, Internazionalità, Comunicazione

- **L'innovazione.** Essere protagonisti a **TUTTOFOOD** vuol dire prendere parte all'unica fiera che **si rinnova continuamente** per meglio rispondere alle esigenze dei partecipanti. Una Fiera costruita insieme agli espositori e ai visitatori attraverso un costante e proficuo scambio di informazioni.
- **Il carattere internazionale.** La rete estera di Fiera Milano, 46 rappresentanze che coprono 64 paesi, con la sua conoscenza approfondita del mercato alimentare in loco, monitorizza costantemente l'area di pertinenza per individuare i **decision maker qualificati** che saranno presenti a **TUTTOFOOD**.





tra voli intercontinentali, internazionali, nazionali e low cost. La **linea metropolitana** collega direttamente il centro città alla Fiera, i **raccordi autostradali** consentono di raggiungere comodamente il Centro Fieristico. Un accordo tra Fiera Milano e ATM consentirà agli espositori e ai visitatori, che si pre-registreranno entro il 15 di Maggio, di viaggiare **gratuitamente** durante i giorni di manifestazione sui mezzi pubblici cittadini.

- **La politica delle alleanze.** Il costante lavoro di promozione di **TUTTOFOOD** ha portato alla chiusura di **accordi** di sostanziale importanza come quello con il Fancy Food negli Stati Uniti, con alcune delle più grandi catene di distribuzione europee e, non ultimi, l'accordo di Fiera Milano SpA con la fiera di Hannover già da anni presente nell'area dei Paesi BRIC (Brasile, Russia, India e Cina) e l'apertura del nuovo ufficio ad Abu Dhabi.

- **I visitatori giusti.** **TUTTOFOOD** è aperta solo agli **operatori del settore** quali importatori, buyer internazionali, manager GDO e piccola media distribuzione, grossisti specializzati, a tutto il settore HO.RE.CA. incluse le società di catering e travel catering, chef, enogastronomi, stampa specializzata.

- **La campagna di comunicazione.** L'ufficio marketing di Fiera Milano ha

messo a punto un **piano marketing e comunicazione** specifico per il **settore agroalimentare** che darà a **TUTTOFOOD** una **forte visibilità internazionale**. La campagna sarà supportata da conferenze stampa e incontri nelle aree prescelte, allo scopo di garantire agli espositori un diretto contatto con i nuovi mercati dando quindi loro la possibilità di sviluppare e rafforzare l'export.

- **La convenienza.** **TUTTOFOOD** offre quattro giorni di contatti mirati in spazi piacevoli a costi giusti.

- **L'importanza commerciale di Milano.** Milano è il motore dell'economia italiana, città conosciuta all'estero per le sue tre F: Food, Furniture and Fashion.

- **L'accessibilità.** Tre aeroporti internazionali permettono di scegliere



CHI VISITA
TUTTOFOOD?
WHO VISITS
TUTTOFOOD?

VISITATORI QUALIFICATI A
TUTTOFOOD DALL'ITALIA E
DALL'ESTERO

SELECTED VISITORS AT
TUTTOFOOD *FROM ITALY*
AND FROM ABROAD

Dei numerosi visitatori, il 25% erano esteri provenienti da 82 nazioni così suddivisi:

il 41% dall'Unione Europea, il 18% dall'Europa non-UE, il 15% dal Nord America, l'8% dall'Asia e il restante 18% dagli altri continenti. L'edizione 2007 di **TUTTOFOOD** è stata visitata dai rappresentanti delle più importanti catene di distribuzione che hanno trovato a Milano, città all'avanguardia per tutto ciò che è novità e business, la più vasta gamma di prodotti.

Il 55% dei visitatori di **TUTTOFOOD** sono decision-maker, il 26% consulenti e il 19% altre categorie. Il 40% dei visitatori proviene dal trade, il 20% dalla grande distribuzione e il 20% dall'ex/import, il 15% dall'industria alimentare, il 5% dai servizi.



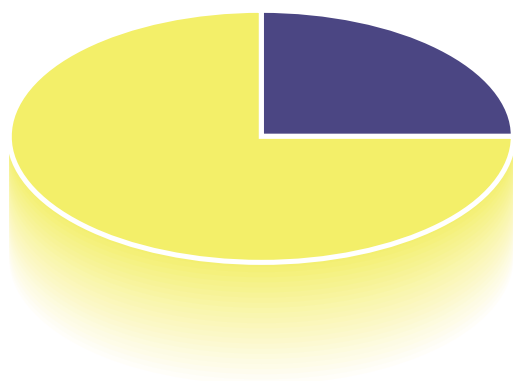


I visitatori dell'Edizione 2007 **TUTTOFOOD**

TUTTOFOOD visitors of *2007's Edition*

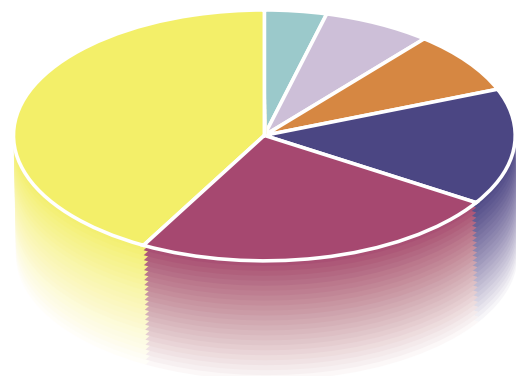
provenienza visitatori *origin of visitors*

75% VISITATORI ITALIANI *ITALIAN VISITORS*
25% VISITATORI STRANIERI *FOREIGN VISITORS*



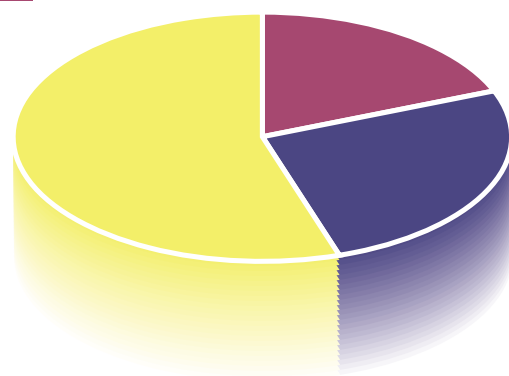
area di attività *industry areas*

42% SALES/
DISTRIBUTION
24% PURCHASING
15% BUSINESS
MANAGEMENT
8% MARKETING
7% RESEARCH/
DEVELOPMENT/
DESIGN
4% MANUFACTURING/
PRODUCTION



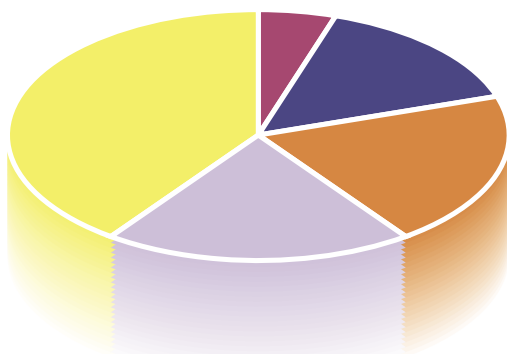
influenza nelle decisioni d'acquisto *influence on purchasing decisions*

55% DECISION MAKERS
26% CONSULTANTS
19% OTHERS



attività *industry sectors*

40% FOOD TRADE
20% IMPORTERS
EXPORTERS
20% WHOLESALE TRADE
15% FOOD INDUSTRY
5% SERVICES



IL MONDO TUTTOFOOD THE WORLD TUTTOFOOD

merceologie presenti a TUTTOFOOD

- Aceti
- Alimenti biologici
- Bevande
- Caffè e infusi
- Carne e salumi
- Cacao e derivati
- Conserve
- Delicatessen, specialità, tipici
- Dietetici, infanzia, Silver
- Dolci e accessori per l'industria dolciaria
- Freschissimo e surgelati
- Gastronomia
- Ingredienti ed additivi, materie prime e semilavorati
- Ittici
- Lattiero-caseari
- Olio e grassi
- Pane, sostitutivi, pasticceria da forno
- Piatti pronti
- Prodotti innovativi
- Pasta
- Riso, cereali, legumi
- Salse e condimenti
- Salutistici
- Servizi
- Spezie ed aromi
- Uova e derivati
- Zuccheri e dolcificanti
- Vino, liquori e distillati
- Stampa
- Varie

product sectors at TUTTOFOOD

- Vinegars
- Drinks
- Organic
- Coffee and infusions
- Meat and cooked meats
- Cocoa and derivatives
- Preserves
- Delicatessen, specialties, typical foods
- Dietetic, Baby foods, Silver
- Confectionery and accessories for the confectionery industry
- Fresh and frozen foods
- Gastronomy
- Ingredients and additives, raw materials and semifinished products
- Fish
- Dairy produce
- Oils and fats
- Bread, bread substitutes, bread and flour confectionery
- Ready meals
- Innovative products
- Pasta
- Rice, cereals, legumes
- Sauces and condiments
- Health foods
- Services
- Herbs and spices
- Eggs and derivatives
- Sugar and sweeteners
- Wine and spirits
- Press
- Various

• date *dates*

10 -13 Giugno 2009 (mercoledì-sabato)
10 -13 June 2009 (wednesday-saturday)

• sede *location*

Fiera Milano, Strada Statale del Sempione, 28 - 20017, Rho (Milano), Italy

• ingresso *entrance*

A pagamento, riservato esclusivamente agli operatori.

L'ingresso non è consentito

ai minori di 18 anni. Tessera di ingresso e pre-registrazione on-line.

Trade only. Entrance charges. People under 18 years of age are not admitted.

Entrance badge and pre-registration on-line.

• organizzatore *organizer*

Fiera Milano International S.p.A.

Via Varesina, 76 - 20156 Milano, Italy

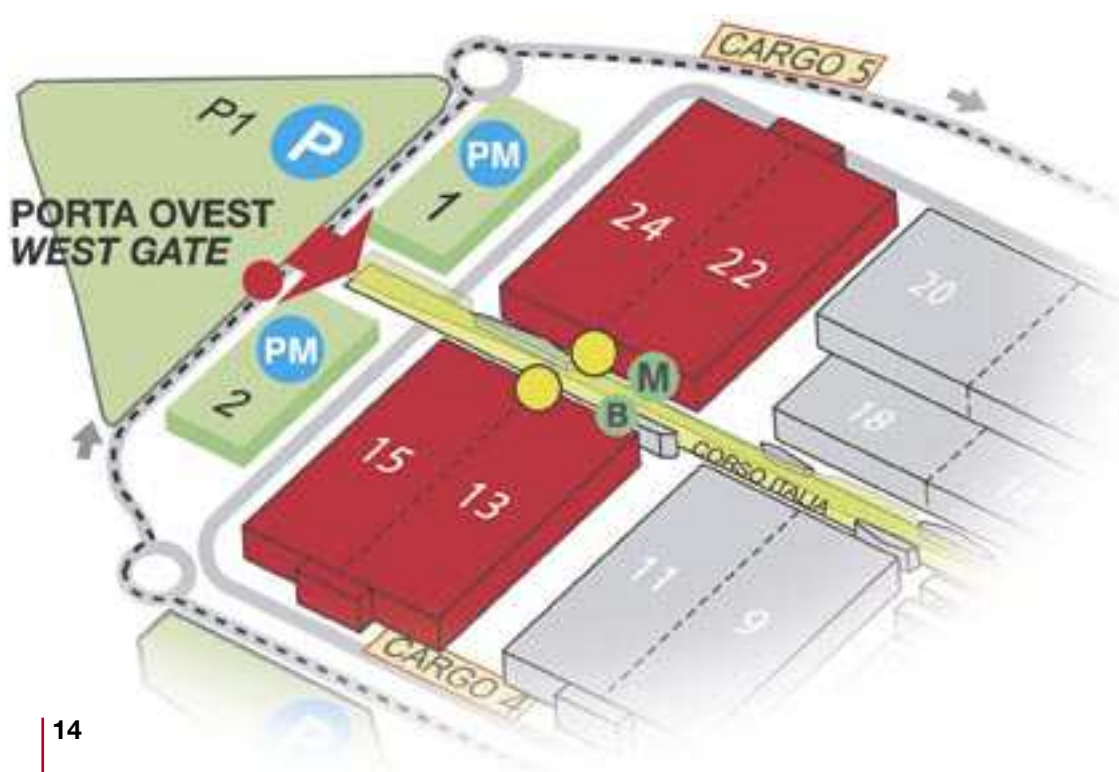
Ph + 02.48550.209 - 02.48550.207 - 02.48550.426

Fax + 02. 48550. 310 - 02. 48550. 214

e-mail: info@tuttofood.it

tutte le informazioni su
all the information on

www.tuttofood.it



PADIGLIONI E MERCEOLOGICO PAVILIONS AND PRODUCTS

13

Padiglione internazionale,
Multiprodotto, Surgelati
International pavilion,
Multi-products, Frozen

15

Multiprodotto
Multi-products

22

Carne e Salumi, Bevande
Meat and Charcuterie,
Beverages

24

Lattiero-caseari, Dolce
Dairy products,
Confectionery