

# Tupperware®

## CARTELLA STAMPA 2020

[www.tupperware.it](http://www.tupperware.it)



Tupperware Italia S.p.A.  
Società soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte di Tupperware Brands Corporation (USA)  
Viale Sarca 235, 20126 – Milano / [www.tupperware.it](http://www.tupperware.it)  
Cap. Soc. Euro 1.500.000 int.vers. – C.C.I.A.A. Milano 867009 – N. Partita I.V.A. 01724340151 - Canc. Trib. Milano 155259/3807/9

## Il Profilo

**Tupperware Italia**, tra i principali leader nel settore della vendita diretta, è presente sul mercato italiano dal 1964. Tupperware Italia è parte della Holding Tupperware Brands, realtà quotata dal 1996 presso la Borsa di New York, che in Europa possiede tre stabilimenti produttivi e sul territorio italiano distribuisce i prodotti attraverso 39 Concessioni autorizzate e una rete di consulenti culinarie.

Il mercato italiano è suddiviso in 4 grandi aree: Zona Nord– Zona Centro – Zona Centro Sud – Zona Sud.

La vendita di prodotti innovativi e funzionali, che soddisfano tutte le esigenze in cucina, avviene attraverso la dimostrazione a domicilio o online.

Tupperware Italia si è unita a Univendita, associazione di categoria che ne garantisce la serietà e la correttezza commerciale.

## La Storia

La storia di Tupperware nasce negli anni '30, quando un ingegnere chimico americano di nome **Earl Tupper** inventa il sigillo in polietilene, ermetico all'aria e ai liquidi. Nel 1946 Earl ha l'idea di applicare il sigillo ad una ciotola (quella che diventerà "La Ciotola Meraviglia"), percependo così le potenzialità che il prodotto può avere a contatto con gli alimenti. Il successo arriva nel 1951, grazie all'aiuto di **Brownie Wise**, la quale intuisce la necessità di spiegare l'utilizzo e le caratteristiche del prodotto attraverso la dimostrazione a domicilio. Prende così forma il **party** che, dopo anni di continuità, per assecondare le tendenze di un mercato sempre più evoluto, si trasforma nel 2012 in **atelier culinario**. Durante l'atelier culinario (che, a fronte dell'emergenza COVID-19, è ora possibile anche online), le ospiti non si limitano ad acquistare i prodotti, ma, in maniera interattiva, preparano ricette insieme alla consulente culinaria.

I prodotti Tupperware fanno il loro ingresso nel mercato italiano nel 1964.

La risposta alle esigenze di un consumatore sempre più connesso arriva nel 2017, con l'introduzione di **NEXT**, una piattaforma che permette di mettersi in contatto con la consulente culinaria della propria zona tramite un semplice click a questo link presente sul sito ufficiale: <https://www.tupperware.it/next>.

A Marzo 2020, a seguito dell'emergenza COVID-19, l'impossibilità di organizzare dimostrazioni presso i domicili dei clienti è stata ovviata con l'introduzione di un'analoga opzione "virtuale": lo **smart party**. Questo party a distanza permette ai clienti di partecipare e alle consulenti culinarie di riprodurre, in ambiente virtuale, la dimostrazione tradizionale, avvalendosi del supporto di uno strumento di videochiamata (come, ad esempio, Zoom o Facebook Messenger), con la possibilità di mostrare agli ospiti i prodotti utilizzati per le ricette e farsi contattare da coloro che fossero interessati ad acquistarli.

## La Qualità e i Valori

Tupperware è famosa nel mondo per la capacità di offrire soluzioni efficienti a necessità reali. Importanti designer lavorano con l'azienda per conciliare esigenze estetiche e funzionali, aspetti entrambi indispensabili per sviluppare un prodotto che duri nel tempo. La **qualità** è la filosofia che rientra in tutte le fasi, dalla concezione alla realizzazione, dalla scelta del materiale alla distribuzione del prodotto finito, dall'**innovazione** tecnologica all'imballaggio ed infine al deposito.

Oltre che in milioni di case, i prodotti Tupperware sono esposti in prestigiosi **musei**, premiati per design, qualità e funzionalità.



Tupperware è un'azienda molto attenta al sociale, da sempre si preoccupa del benessere dei propri dipendenti e della propria forza vendita e ascolta con attenzione le esigenze della propria clientela. In Tupperware ogni individuo è responsabile della salute e della prosperità del pianeta. L'azienda, infatti, pur rinnovandosi negli anni, ha sempre mantenuto l'impegno per creare prodotti **rispettosi dell'ambiente**, concepiti per durare nel tempo ed evitare gli sprechi dovuti ad imballaggi non riutilizzabili. Nel 2019 Tupperware Brands ha annunciato con orgoglio di essere una delle prime società al mondo ad utilizzare un innovativo materiale plastico, chiamato **ECO+**, ottenuto da rifiuti di plastica monouso, da cui prendono vita nuovi prodotti Tupperware, perfettamente idonei al contatto con gli alimenti. ECO+ è solo il primo dei tanti traguardi che Tupperware Brands si impegna a raggiungere con la campagna NO TIME TO WASTE.

Ogni anno, Tupperware Italia sostiene uno o più **progetti a scopo benefico**. Nel **2020**, a fronte dell'emergenza COVID-19 che ha duramente colpito il Paese, ha effettuato una donazione a favore dell'Ospedale Papa Giovanni Paolo XXIII di Bergamo. Nel **2019** ha sostenuto la Campagna Nastro Rosa di LILT Milano, donando ben 80.000 € raccolti durante il mese di Ottobre 2019. Per il **2018** l'azienda ha organizzato una raccolta fondi tramite tutte le Concessioni in Italia per sostenere il progetto Dynamo Camp, un luogo dove i bambini con gravi patologie tornano a ridere e a divertirsi. Nel **2017**, invece, insieme ad Unitalsi Progetto Bambini e Associazione Nazionale Presidi, dopo il sisma che ha colpito il centro Italia, ha sentito l'urgenza di dare il proprio contributo al progetto "Scuola Solidale per Arquata del Tronto".

## L'Opportunità Tupperware

Il valore su cui l'azienda storicamente punta è l'**opportunità** offerta a tutte le donne: fare di innovative soluzioni in cucina un lavoro.

Tupperware presenta e vende i suoi prodotti ad un pubblico prevalentemente femminile. Si tratta nella maggior parte dei casi di **donne** casalinghe, sposate, mamme che dedicano molto tempo alla famiglia o donne che svolgono professioni che lasciano del tempo libero. Ci sono, però, anche tante persone che fanno di questa attività un vero e proprio lavoro a tempo pieno.

L'azienda coltiva e diffonde la fiducia tra le donne di tutto il mondo. Offre loro l'opportunità di **cambiare la propria vita**: trovare un lavoro che le soddisfi e che permetta di realizzare i propri sogni. Importanti sono le incentivazioni per chi decide di farne una vera e propria professione. Possibilità di guadagno, ma, per le più brave, anche opportunità di carriera, incentivi stimolanti, riconoscimenti e viaggi da sogno.

Tupperware ha rappresentato e ancora rappresenta la possibilità per moltissime donne di un lavoro autonomo, che offre opportunità concrete di carriera, di successo, di riconoscimenti professionali ed economici, il tutto in armonia con i ritmi della propria famiglia.

Nel mondo, ogni 2 secondi inizia un party Tupperware!

Per maggiori informazioni:

Elena Segalla

[elenasegalla@tupperware.com](mailto:elenasegalla@tupperware.com)

[+39 3484415904](tel:+393484415904)

Visita il sito

