

Tupperware®

CARTELLA STAMPA 2020

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

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 37 Concessioni autorizzate e una rete di consulenti.

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, adatti a soddisfare tutte le esigenze in cucina e le necessità casalinghe, 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 nella conservazione degli 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, per ritornare poi ad assumere il nome originario di Party Tupperware**. Durante il Party Tupperware (che, a fronte dell'emergenza COVID-19, è ora possibile ospitare anche online), le ospiti non si limitano ad acquistare i prodotti ma, in maniera interattiva, preparano ricette insieme al/la consulente culinario/a.

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 il/la consulente culinario/a 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 il domicilio fisico è stata ovviata con l'introduzione di un'analogha opzione "virtuale": lo **smart party**. Questo party a distanza permette di spostare in un ambiente virtuale la partecipazione e la dimostrazione tradizionale avvalendosi del supporto di uno strumento di videochiamata (come, ad esempio, Zoom o

Tupperware®

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 funzionali ed estetiche, 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.

I prodotti Tupperware non sono presenti solamente in milioni di case, ma sono anche esposti in prestigiosi **musei**, premiati per design, qualità e funzionalità.



Tupperware è un'azienda molto attenta all'aspetto 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 alto l'impegno per creare prodotti **rispettosi dell'ambiente**, concepiti per durare nel tempo e aiutare a 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. Questo nuovo materiale viene impiegato per la produzione di 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 sorridere e a divertirsi. Nel **2017**, invece, insieme ad Unitali 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".

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

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

L'Opportunità Tupperware

Il valore su cui l'azienda storicamente punta è l'**opportunità** offerta alle donne: trasformare le soluzioni innovative per la casa e la cucina in un vero e proprio 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. Possibilità di guadagno e, 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 avere 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.

Negli anni l'attività di Consulente ha visto il coinvolgimento di un pubblico sempre più ampio, per offrire un'opportunità inclusiva a un numero crescente di persone.

Nel mondo, ogni 2 secondi inizia un party Tupperware!

Per maggiori informazioni:

Elena Segalla

elenasegalla@tupperware.com

[+39 3484415904](tel:+393484415904)

Visita il sito

