

Tupperware®

CARTELLA STAMPA 2021

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 distribuisce prodotti attraverso una rete di Incaricai alla Vendita.

La vendita di prodotti innovativi e funzionali, adatti a soddisfare tutte le esigenze in cucina e le necessità casalinghe, avviene attraverso una rete di Incaricati alla Vendita tramite dimostrazione a domicilio o online.

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, o lo Smart Party (online), gli ospiti non si limitano ad acquistare i prodotti ma, in maniera interattiva, preparano ricette insieme all'Incaricato alla Vendita.

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 l'Incaricato alla Vendita 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'analoga 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 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 continua evoluzione di Tupperware Italia si manifesta anche con l'apertura del nuovo canale e-commerce, attivo da novembre 2021, a ulteriore espressione della volontà del brand di svilupparsi in ottica multicanale per raggiungere in modo semplice e veloce più segmenti di mercato, specialmente i più giovani. Si tratta di un canale di vendita che va ad affiancare quello tradizionale della vendita diretta per continuare a diffondere il valore della sostenibilità per coltivare un futuro migliore.

Tupperware®

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 dei propri Incaricati alla 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 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 Tupperware Brands storicamente punta è l'opportunità offerta alle donne: trasformare una passione in un vero e proprio lavoro.

Da sempre l'azienda ha ispirato milioni di donne, aiutandole a coltivare la fiducia in loro stesse permettendo loro di non rinunciare a una carriera lavorativa di successo, caratterizzata da flessibilità e autonomia e indipendenza.

Questi stessi valori vengono tramandati e mantenuti ancora oggi, epoca in cui l'attività di Incaricato alla Vendita prevede un pubblico sempre più ampio e diventa quindi un'opportunità ancora più inclusiva.

Con la consapevolezza dei continui cambiamenti che interessano la nostra società, Tupperware mantiene alto il suo impegno per un coinvolgimento omogeneo, per garantire un'opportunità lavorativa a tutte le persone che condividono i nostri ideali e si impegnano per aiutarci a costruire un futuro migliore.

Nel mondo, ogni 2 secondi inizia un party Tupperware!

Per maggiori informazioni:

Elena Segalla

elenasegalla@tupperware.com

[+39 3484415904](tel:+393484415904)

Visita il sito



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