

# Tupperware<sup>®</sup>

CARTELLA STAMPA 2022



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



## 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 Incaricati alla Vendita.

La vendita di prodotti innovativi e funzionali, adatti a soddisfare tutte le esigenze in cucina e le necessità casalinghe, avviene attraverso diverse modalità: la prima è rappresentata da una rete di Incaricati alla Vendita che realizza dimostrazioni a domicilio oppure online, la seconda dallo Shop Online, che permette di acquistare i prodotti Tupperware in qualsiasi luogo e in qualsiasi momento.

# LA STORIA

La storia di Tupperware nasce negli anni '30, quando un ingegnere chimico americano di nome Earl Tupper inventa un sigillo in polietilene, ermetico sia all'aria che ai liquidi. Nel 1946 Earl ha la rivoluzionaria idea di applicare quel sigillo ad una ciotola (quella che diventerà "La Ciotola Meraviglia"), percependo così le potenzialità che il prodotto poteva avere nella conservazione duratura 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 (nuova versione nata a seguito della pandemia e realizzata 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 e negli anni si sono sempre distinti per la qualità dei materiali con cui sono realizzati e per funzionalità ed efficienza, con l'obiettivo di semplificare la vita e il tempo trascorso in cucina.

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 più vicino tramite un semplice click a questo link: <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.

# QUALITÀ E VALORI

Tupperware è famosa nel mondo per la capacità di offrire soluzioni efficienti a necessità reali, con lo scopo di costruire un futuro migliore nel rispetto dell'ambiente.

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 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. Tutti i prodotti Tupperware non prevedono l'utilizzo di energia elettrica, a riprova del forte impegno nei confronti dell'ambiente, radicato da oltre 75 anni nell'azienda.

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 dalla scomposizione di plastica non riciclabile, destinata all'incenerimento e trasformata in materia prima adatta al contatto con gli alimenti, e utilizzato per la realizzazione di nuovi prodotti per la vita tra le mura domestiche e non solo. ECO+ è solo il primo dei tanti traguardi che Tupperware Brands si impegna a raggiungere con la campagna NO TIME TO WASTE.

Recycline è invece una gamma di prodotti, non idonei al contatto con gli alimenti, realizzati con prodotti Tupperware riciclati e trasformati nuovamente in materia prima per utilizzi alternativi.

Di recente si è vista l'introduzione di Tritan Renew, una resina rivoluzionaria dall'aspetto simile al vetro, realizzata grazie a una tecnologia di rinnovamento del poliestere dell'azienda Eastman, ora partner di Tupperware Brands. Tale materiale è impiegato in alcune linee di prodotti per il servizio in tavola

## Obiettivi sostenibili di Tupperware

Impianti di produzione

- **20% di riduzione di elettricità, acqua e rifiuti per tonnellata prodotta.**
- **40% di riduzione delle emissioni di gas serra** nei nostri impianti.
- **Zero sostanze dannose per l'ozono** nei nostri processi di produzione.

Imballaggio

- **Eliminare i sacchetti di plastica** (50% entro il 2022).
- **Tutti gli imballaggi dei prodotti Tupperware saranno compostabili o biodegradabili.**

Prodotti

- **I consumatori avranno la possibilità di restituire i prodotti Tupperware usati.**
- **Il 90% dei prodotti restituiti saranno trasformati in nuovi prodotti e il restante 10% smaltito responsabilmente.**
- **Il 90% dei prodotti Tupperware sarà completamente riciclato.**

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 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 Tupperware Brands storicamente punta è l'opportunità di cambiare la propria vita, scegliendo un'attività flessibile e indipendente.

L'esempio di intraprendenza lanciato da Brownie Wise, ideatrice del famoso Party Tupperware, rappresenta uno dei valori fondamentali per l'azienda e continua, ancora oggi, a essere uno stimolo importante per milioni di persone in tutto il mondo.

Da sempre l'azienda è stata fonte di ispirazione per milioni di persone in tutto il mondo, aiutandole a coltivare la fiducia in loro stesse permettendo loro di non rinunciare a una carriera lavorativa di successo, caratterizzata da flessibilità, 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 sempre più ampio, per garantire un'opportunità commerciale a tutte le persone che condividono i suoi ideali e si impegnano, insieme a lei, a costruire un futuro migliore.

### **Per maggiori informazioni:**

Elena Segalla

elenasegalla@tupperware.com

+39 3484415904

visita il nostro sito

