

DOLCITALIA RADDOPPIA LA PRESENZA A TUTTOFOOD 2019

La società leader nella distribuzione dolciaria si presenta con uno spazio di 600 MQ, punto di incontro privilegiato tra le FMCG companies e il canale horeca.

Milano, 16 aprile 2019 – Dolcitalia, il più grande Gruppo italiano di distributori sul canale impulso, conferma la presenza a TUTTOFOOD, la fiera internazionale del B2B dedicata al food & beverage, dal 6 al 9 maggio a Rho Fiera Milano.

Per Dolcitalia si tratta della terza partecipazione consecutiva alla kermesse. L'azienda sarà presente all'interno del padiglione 4 TUTTOSWEET (stand K22 M29) con una struttura raddoppiata rispetto all'edizione precedente: 600 MQ dedicati alle aziende partner e ai loro prestigiosi brand.

Il concept, collaudato con successo nel 2017, è quello di un **hub** che mette in collegamento industria e distribuzione creando un luogo in cui valorizzare la collaborazione, massimizzando le opportunità di business.

“Lo spazio di THE HUB, concepito come polo di aggregazione del mercato, è diventato un punto di riferimento per l'industria e il canale, registrando una partecipazione in costante crescita. La scorsa edizione abbiamo registrato oltre 2.500 ospiti, tra cui realtà anche concorrenti, che hanno trovato presso il nostro hub un luogo in cui sviluppare nuove opportunità e rafforzare i rapporti con i loro interlocutori”, commenta **Stefano Raffaglio**, direttore generale Dolcitalia.

Molte le novità di questa edizione, a cominciare dalle aziende partner tra cui spiccano la presenza delle tre più importanti aziende italiane che operano nel canale impulso: Ferrero, First Barilla e Perfetti - nonché attori internazionali quali Mars, Mondelez, Nestlé, PepsiCo, solo per citarne alcuni.

“Quest'anno FIRST Spa, Commerciale del Gruppo Barilla per i Canali Professionali e di Proximity, ha deciso di presenziare a TUTTOFOOD, ospite dello spazio SVIVE Dolcitalia. Forte delle proprie collaborazioni logistiche e commerciali con alcune tra le maggiori aziende del Largo Consumo Internazionale, FIRST svilupperà idee e proposte per le tre aree tipiche dell'offerta Bar Ristorazione Veloce dei maggiori clienti di SVIVE, presentando all'interno dell'hub Dolcitalia tutte le maggiori soluzioni orientate a queste importanti tipologie d'offerta, rivolte al consumo finale ed agli operatori commerciali.”, dichiara **Alex Cerri**, amministratore delegato FIRST Spa.

Dal 2018 Dolcitalia ha come obiettivo incrementare il fatturato nel settore beverage. In questa direzione va la partecipazione di partner come San Benedetto, Biscaldi, PepsiCo, Red Bull, ecc.

“La nostra presenza all'interno dell'hub Dolcitalia è un'importante occasione per incontrare tutti i comparti della filiera del canale Horeca. Sfruttando il carattere internazionale della manifestazione, il nostro spazio è pensato per promuovere i brand globali del Food & Beverage come Lay's, Pepsi e

Gatorade, referenze già presenti sul mercato italiano, ma anche soluzioni innovative adatte ad ogni occasione di consumo che vanno incontro alle esigenze del consumatore in linea con i nostri obiettivi di “Performance with Purpose” e conseguire una crescita sostenibile nel lungo termine, lasciando al contempo un'impronta positiva sulla società e sull'ambiente. Temi che ben si sposano con gli ultimi trend di mercato di cui l'evento intende farsi interprete e promotore”, commenta **Paolo Rizzo**, direttore commerciale PepsiCo.

Non solo elementi di novità nella presenza di Dolcitalia al TUTTOFOOD 2019, ma anche un ritorno al passato.

“Quest'anno Dolcitalia interpreta la propria presenza alla Fiera con una doppia anima: quella innovativa che la contraddistingue nel canale e quella più legata alla tradizione”, dichiara **Cristina Papini**, business development e marketing advisor Dolcitalia. “TUTTOFOOD è infatti l'occasione per presentare gli affiliati e ai partner dell'industria di marca l'avanzamento di **DATA+**, l'ambizioso progetto di business intelligence che raccoglie i dati puntuali di sell-in e di sell-out dei grossisti, e il nuovo **PROMO+**, il portale di gestione delle attività promozionali. Ma vogliamo che sia anche un “back to the basics”: la fiera come propulsore di crescita, come momento di vendita qualificata. Con questo obiettivo stiamo lavorando con i partner presenti per costruire progetti ritagliati sulle caratteristiche del Gruppo e offrire nei giorni della fiera l'occasione di effettuare ordini on e offline”.

Anche in questa edizione il servizio di ristorazione dello stand è curato da **Dolci del Paradiso - Social Cake Lab and Catering**, il laboratorio di pasticceria nato nel 2012 a Villa Paradiso, la comunità terapeutica per persone con problemi di dipendenza dell'associazione Comunità Nuova. “Dolcitalia è lieta di confermare l'amicizia che da anni la lega a Don Gino Rigoldi e alla sua onlus, offrendo agli ospiti dell'Hub un catering solidale e di livello preparato da ragazzi che hanno trovato nel cibo, e in particolar modo nei dolci, il fattore di cura per il loro recupero” conclude Raffaglio.

I partner di Dolcitalia THE HUB:



Dolcitalia è una società di servizi leader nella distribuzione dolciaria. Rappresenta il 30% circa del comparto impulso. L'azienda conta su una rete di 140 fornitori partner e 150 distributori affiliati che raggiungono complessivamente circa 200.000 punti vendita, attraverso una rete di 1.000 agenti. I punti di vendita finali a cui si rivolge il Gruppo operano principalmente del Normale Trade: bar e tabacchi, alimentari, mini-market, stabilimenti balneari e rifugi montani, oltre che centri sportivi, palestre e negozi dolciari specializzati, catene di distribuzione carburanti, cinema e parchi tematici. Fondata nel 1993 da un gruppo di imprenditori grossisti, l'azienda è evoluta sino a divenire una società di servizi che offre consulenza commerciale e marketing a tutto tondo. Maggiori informazioni sul sito dolcitalia.com

Contatti per la stampa:

Ariel Mafai Giorgi
arielmafai@gmail.com
 335 6489445