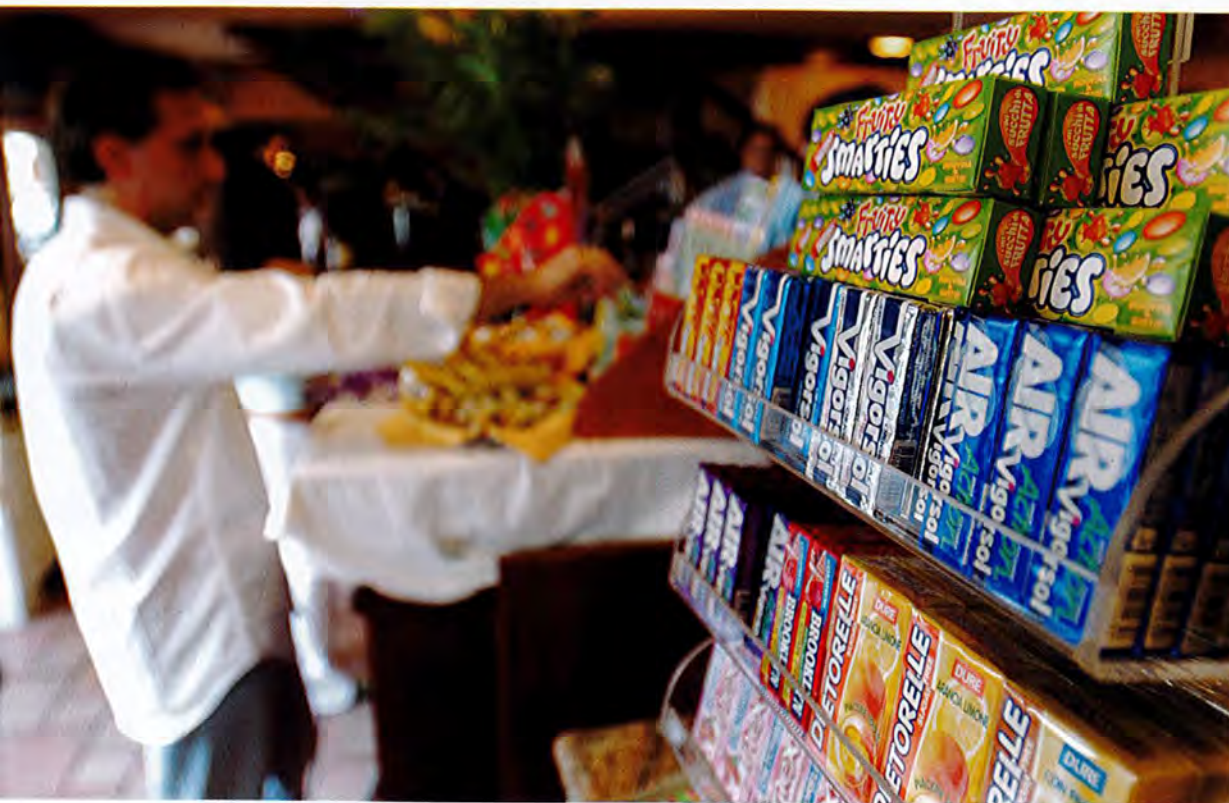


DATA+, IL PROGETTO CHE LANCIA IL MERCATO IMPULSO



LANCIATO DA DOLCITALIA, DATA+ FORNISCE UNA SERIE DI DATI E NUMERI FONDAMENTALI PER DISTRIBUTORI E FORNITORI. IL PROGETTO È IN COSTANTE SVILUPPO E A BREVE SARÀ INTEGRATO CON PROMO+, IL PORTALE ONLINE DELLE PROMOZIONI

di Fabio Denti

Un vero e proprio misuratore del canale Horeca nel mercato impulso presidiato da Dolcitalia. Stiamo parlando di **DATA+**, il progetto di raccolta e analisi dei dati dei distributori affiliati sviluppato da Dolcitalia, società di servizi per il mondo della distribuzione d'impulso, alimentare e beverage, e rivolto ad affiliati e fornitori partner. Lanciato nel 2018, il progetto sta procedendo, come sottolinea **Cristina Papini, Business Development & Marketing Advisor di Dolcitalia, responsabile di DATA+**, «con l'acquisizione sistematica delle informazioni dai gestionali degli affiliati coinvolti nella fase 1 dello sviluppo. **DATA+**, infatti, prevede la raccolta dei dati di **sell-in** e di **sell-out** dei distributori Dolcitalia. Questi dati, armonizzati e aggregati, costituiscono

informazioni utili sia ai singoli imprenditori, per confrontarsi con il "mercato" Dolcitalia e valutare obiettivamente i propri risultati, che alla sede centrale per offrire maggiori servizi ai partner dell'industria e agli imprenditori del Gruppo». Come si può notare, quindi, Dolcitalia sta costruendo un "termometro" costantemente aggiornato sull'andamento delle vendite dei propri affiliati e sulle loro potenzialità. «L'impulso è in crisi e i nostri fornitori hanno bisogno di dati e informazioni per rendere più proficua la collaborazione, per esempio adottando criteri certi di segmentazione ad hoc dei distributori» spiega **Stefano Raffaglio, Direttore Generale di Dolcitalia**. In questo periodo l'industria è fortemente focalizzata su temi di sell out, una situazione legata al fatto che la sua

attenzione va prevalentemente in direzione del canale moderno, dove l'industria agisce in base a fattori quali prezzo, esposizione e posizionamento dei prodotti. Molto più complesso è il fuori casa, che è estremamente frazionato e dove mancano analisi puntuali e affidabili, nel quale l'industria spesso fatica a governare appieno le dinamiche di vendita. Rispetto al tradizionale mondo beverage, dove gran parte delle aziende si appoggia ai distributori specializzati, nel mercato dell'impulso alcuni grandi produttori dispongono di una rete vendita diretta. **DATA+** è quindi cruciale: fornisce informazioni e dati oggettivi sui quali costruire una strategia commerciale e promozionale puntuale. È un servizio che forniamo anche all'industria, uno strumento innovativo che permetterà di creare operazioni mirate verso il punto vendita finale: bar o altri tradizionali». Come sottolineato prima, **DATA+** è uno strumento fondamentale anche per gli affiliati di Dolcitalia, che «convergono all'interno del sistema informazioni utili in primis a loro stessi – afferma Cristina Papini –. Basandosi sulle maggiori informazioni a disposizione, potranno confrontare le performance con i trend del canale moderno e del Gruppo, valutare opportunità e inefficienze dei propri assortimenti in relazione alle tipologie di cliente, far emergere eventuali bisogni latenti nel territorio e, come abbiamo già sottolineato,



DATA+ è uno strumento innovativo fornito all'industria per creare operazioni promozionali mirate

accedere alle attività promozionali legate al sell-out».

«Inoltre – conclude Stefano Raffaglio – ogni affiliato ha la possibilità di ricreare le sue anagrafiche, razionalizzando il data base dei propri clienti. E questo aspetto è fondamentale per offrire un servizio più efficiente».

In conclusione, il progetto avanza spedito, in autunno vedremo gli ulteriori step.



DATA+ si integra con PROMO+

Il prossimo settembre sarà presentato **PROMO+**, che sarà integrato e sinergico con **DATA+** per offrire strumenti di gestione e di analisi di tutta la filiera dell'attività promozionale: dalla programmazione ai risultati. Si tratta di un **repository delle attività promozionali**, gestito online e accessibile ai partner dell'industria e agli affiliati Dolcitalia, capace di attivare in tempo pressoché reale promozioni per il Gruppo o per grossisti con specifiche caratteristiche e idonei a partecipare all'attività. In pratica, come dichiara **Cristina Papini**, «è un sistema che permette di rendere disponibile in tempo reale

un'attività promozionale a specifici soggetti con un semplice flag o di assegnare obiettivi di vendita personalizzati e verificarne il raggiungimento. La promo può essere indirizzata, per esempio, solo ai grossisti che servono un determinata zona geografica o che trattano unicamente alcune referenze dell'azienda oppure a tipologie specifiche di clienti, vedi, per esempio gli stabilimenti balneari». **PROMO+**, quindi, è un ulteriore strumento fondamentale a disposizione delle aziende produttrici per attività promozionali mirate nel complesso mercato impulso nel fuori casa.