

IL GRUPPO CONFERMA IL SUCCESSO DELLA FORMULA "THE HUB"

Record di presenze allo stand Dolcitalia nei 4 giorni di TUTTOFOOD 2019, svoltosi lo scorso mese di maggio.



Il Gruppo Dolcitalia con gli ospiti della convention.

Dolcitalia conferma il valore distintivo della formula di The Hub e registra un record di presenze qualificate a TUTTOFOOD 2019, la fiera internazionale del B2B dedicata al food & beverage, svoltasi dal 6 al 9 maggio a Rho Fiera Milano. Un successo enorme: oltre 6.000 ingressi nei 4 giorni di fiera a conferma del ruolo leader dell'azienda che, nata nel 1993 da un gruppo di imprenditori grossisti, è il più grande Gruppo italiano di distributori sul canale impulso.

Dolcitalia The Hub, uno spazio di 600 MQ, è stato concepito come "punto di snodo" del mercato con l'obiettivo di facilitare il collegamento tra industria e distribuzione in un luogo informale in cui valorizzare la collaborazione e massimizzare le opportunità di business.

The Hub è stato fulcro della manifestazione a partire dalla prima giornata quando è stato visitato dalla vice-sindaco di Milano Anna Scavuzzo e dal Ministro

delle Politiche agricole alimentari, forestali e del turismo Gian Marco Centinaio che ha voluto sottolineare "l'importanza del ruolo di Dolcitalia per lo sviluppo del territorio e del Paese".

"Quest'anno abbiamo ospitato 19 aziende, alcune delle quali non partecipavano a eventi espositivi da tempo. Tra i marchi rappresentati, le prime aziende del largo consumo alimentare al mondo, con gli oltre 220 miliardi di euro di fatturato totale svi-

luppato, di cui oltre 7 in Italia”, commenta Cristina Papini, business development e marketing advisor Dolcitalia.

“Il progetto The Hub è la dimostrazione che incontrarsi e confrontarsi, anche tra realtà concorrenti, è importante per tutti gli operatori del settore. Il mercato evolve con rapidità, gli interlocutori hanno esigenze nuove e le aziende devono rispondere alle aspettative velocemente e con professionalità”.

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, Mondeléz, Nestlé, PepsiCo, Red Bull, solo per citarne alcuni.

Dolcitalia le ha ospitate intorno allo stesso tavolo nel corso del business lunch della giornata inaugurale. “I nostri partner dell’industria e affiliati hanno riconosciuto la capacità di Dolcitalia di non fermarsi a logiche tradizionali e di saper “guardare al di là della categoria” attraverso l’ideazione di una formula che consente di interagire e confrontarsi con i diversi player del mercato in un contesto lavorativo informale ma allo stesso tempo riservato e professionale”, aggiunge Stefano Raffaglio direttore generale Dolcitalia.

The Hub come modello di confronto, quindi, perché “da soli non si raggiungono gli obiettivi e non si vince”, come sottolinea Carlo Molfetta, oro olimpico di taekwondo a Londra 2012, ospite della prima giornata insieme ad altri personaggi del mondo dello spettacolo e dello sport come Juliana Moreira, Edoardo Stoppa, Ivan Lazzarini, Rachele Sangiuliano e DJ Ringo - quest’ultimo special guest della serata rock, splendida cornice del Boarding Party powered by Campari Academy.

Durante la manifestazione fierista ha avuto luogo la convention annuale Dolcitalia, “Back to Basics”. Il Presidente Dolcitalia Marino Lazzarini ha ricordato la strada percorsa negli oltre 25 anni dalla nascita, sottolineando la capacità del Gruppo di rinnovarsi e di intraprendere nuovi percorsi. Concetto ribadito anche da Stefano Raffaglio, che ha parlato dell’importanza della complementarità dei ruoli.

Di innovazione ha parlato Cristina Papini, business development e marketing advisor Dolcitalia, presentando PROMO+, il nuovo portale di gestione delle attività promozionali dedicato agli affiliati e ai fornitori Dolcitalia, e di DATA+, l’ambizioso progetto di business intelligence che raccoglie i dati di sell-in e di sell-out dei grossisti affiliati. “In un canale tradizionale per definizio-

ne, l’analisi dei dati di Dolcitalia evidenzia un trend positivo: una crescita del 67% del numero delle promo online e un aumento del 56% dei fornitori che hanno scelto le promo online nei primi 4 mesi del 2019”, dichiara Papini.

Dati molto incoraggianti anche per DATA+: “Grazie alla disponibilità di questi dati potremo sviluppare progetti ritagliati sulle esigenze e sulle caratteristiche di affiliati e fornitori, contribuendo alla massimizzazione dei rispettivi business”.

Al successo della kermesse ha contribuito anche il servizio di ristorazione dello stand curato da Dolci del Paradiso - Social Cake Lab and Catering, il laboratorio di pasticceria della comunità terapeutica per persone con problemi di dipendenza dell’associazione Comunità Nuova Onlus.

“Abbiamo voluto confermare il rapporto di stima e amicizia che da anni ci lega a Don Gino Rigoldi e alla sua Onlus, offrendo agli ospiti dell’Hub Dolcitalia un catering solidale e di qualità, preparato da ragazzi che hanno trovato nel cibo e nei valori positivi che incarna una nuova dimensione”, conclude Raffaglio.

I partner di Dolcitalia THE HUB:

