



DOLCITALIA

FULL COMPANY PROFILE

Dolcitalia

Dolcitalia è una Società di Servizi rivolta al mondo della distribuzione alimentare, dolciaria, di articoli d'impulso e beverage in Italia.

Nasce nel 1993 dall'idea di una compagine di cinque imprenditori, esperti nel settore della distribuzione all'interno del canale tradizionale, alcuni dei quali attualmente ancora a capo del progetto come soci e Presidente stesso del gruppo.

L'offerta iniziale del progetto Dolcitalia (di cui Svive è il nome della Società che lo ha sviluppato e lo gestisce) è quella di proporsi come centrale di contratti d'acquisto per prodotti dolciari e beverage, stipulando contratti di fornitura tra il mondo dell'industria e quello della distribuzione.

In soli 10 anni si trasforma in una moderna S.p.A. e diviene il riferimento nazionale per le Società di Servizi specializzate nel fornire soluzioni distributive alle aziende del settore alimentare.

Siamo intorno all'anno 2000 quando può già essere considerata il **primo gruppo italiano** nel suo campo in termini numerici (più di 200 affiliati grossisti) e di fatturato (300-400 milioni di euro annui).

Nel successivo periodo Dolcitalia ridefinisce la propria Mission passando da una politica di espansione, ampiamente soddisfatta, ad una strategia di affinamento e fidelizzazione della rete di distribuzione: il concetto di Custom Relationship Management inizia a consolidarsi per diventare a breve il nuovo obiettivo, all'interno del quale i clienti a cui offrire servizi e soprattutto dedizione sono rappresentati da tutto il parco delle figure coinvolte nella rete (fornitori, distributori, agenti e infine, seppure marginalmente, il punto di vendita finale).

Grazie all'esperienza maturata negli anni, Dolcitalia si distingue sempre più come una società di servizi che offre anche e soprattutto consulenza commerciale e marketing a tutto tondo. I numeri che coinvolge la delineano anche oggi come **realità leader del settore**: più di 170 distributori affiliati che raggiungono complessivamente 200.000 punti vendita attraverso una rete di circa 1.000 agenti.

Italgrob

Da Gennaio 2017 Dolcitalia entra a far parte di **Italgrob**, la Federazione Italiana dei Distributori di Bevande, punto di riferimento nazionale della distribuzione di liquidi alimentari nel canale Horeca, fondata nel 1992.

La scelta di Dolcitalia è dettata dal desiderio di ampliare la propria visione e presenza nel mondo beverage, comparto che presenta ancora grande potenzialità di sviluppo, per poter offrire ai propri affiliati ulteriori servizi istituzionali, legali e normativi sfruttando anche le sinergie derivanti dall'appartenenza di Italgrob a Confindustria.

Italgrob opera infatti a livello ufficiale come un vero e proprio sindacato in grado di rappresentare la categoria e le sue istanze di fronte alle istituzioni e agli altri membri della filiera produttiva, contribuendo nel contempo alla crescita e allo sviluppo del settore.





Core Business

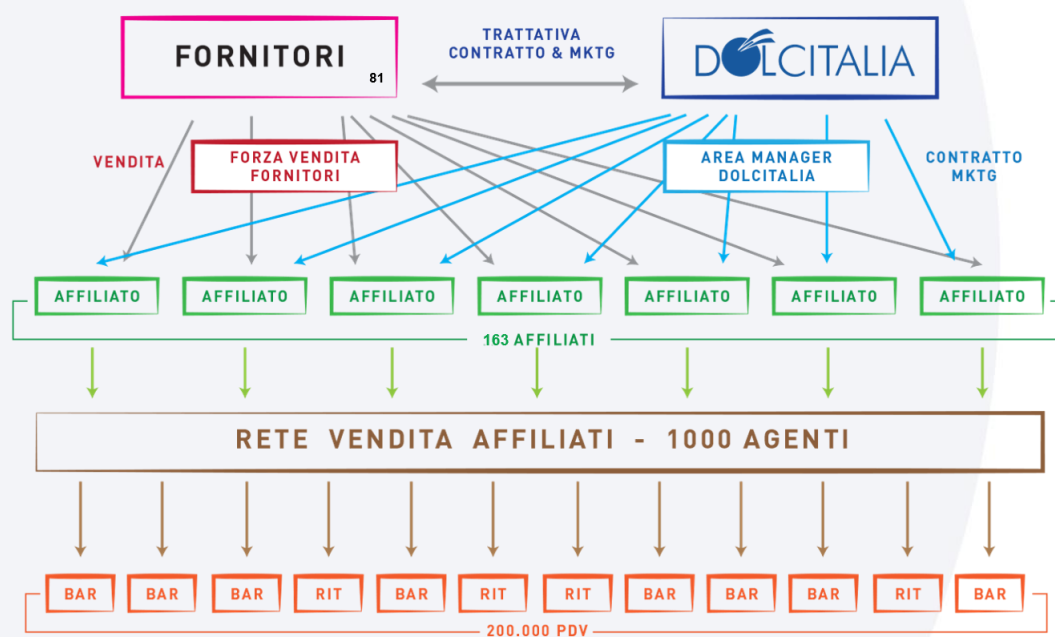
L'attività centrale di Dolcitalia è quella di stipulare contratti nazionali tra le principali aziende produttrici e il settore dei distributori o rivenditori ingrosso (definiti affiliati all'interno del gruppo), organizzando servizi di supporto esclusivi per tutte le aziende coinvolte in questa rete commerciale.

Nella pratica, Dolcitalia supervisiona l'attività dei suoi distributori, o grossisti, i quali acquistano le referenze dai fornitori convenzionati, le raccolgono nei propri magazzini per rivenderle e consegnarle ai circa 200.000 punti vendita dislocati in tutto il territorio nazionale. I clienti finali sono rappresentati dai pubblici esercizi, prevalentemente bar, alimentari, panetterie, stazioni balneari, aree di servizio e così via. In questo processo Dolcitalia rappresenta quindi la base logistica ma soprattutto il *trait d'union* tra il mondo dell'industria e quello della distribuzione tradizionale, prendendosi il carico di tutte le attività laterali e garantendo la qualità e sicurezza del processo stesso.

Per quanto riguarda il lato fornitori, Dolcitalia ha inoltre aggiunto al suo portfolio di attività la possibilità di distribuire, attraverso la propria rete commerciale, prodotti in esclusiva su tutto il territorio nazionale, affiancando direttamente tutte le fasi commerciali dell'operazione: acquisto, stoccaggio, consegna, vendita e fatturazione. Questo servizio di distribuzione completa rappresenta il grande valore aggiunto e si rivela adatto a tutte le tipologie dei produttori partner Dolcitalia: un **servizio "chiavi in mano"** che permetta di lanciare in Italia un prodotto nuovo da parte di fornitori che non siano ancora dotati di una struttura di vendita in grado di garantire la redditività del business. Dolcitalia offre loro, per le tematiche di canale, soluzioni di category e facility management anche su questioni di gestione operativa (approccio commerciale, assortimento per i diversi cluster, ecc).

Dal lato grossisti, Dolcitalia si occupa della loro **selezione accurata e qualificata**, supportando una politica di "fair-play" tra i grossisti stessi, favorendo invece una copertura capillare su tutto il territorio nazionale. La competitività del canale nella sua entità di gruppo coeso viene invece garantita fornendo supporto organizzativo e logistico; così come viene garantito anche il livello del servizio in termini di assortimento e qualità dei prodotti e la miglior tempistica di fornitura, grazie ad una conoscenza matura e comprovata del mercato e delle sue evoluzioni.

Dolcitalia è in grado di offrire anche un servizio di consulenza personalizzato al punto vendita finale, con attività di marketing in store.





Prodotti e numeri

Non si può parlare di un grossista o rivenditore medio, poiché gli affiliati si differenziano per entità, storia e ampiezza di magazzini e di business. L'assortimento è costituito per il **41% da prodotti d'impulso**, per il 30% da prodotti da forno, per il 15% da prodotti alimentari e per il restante 14% da bevande. I prodotti principali sono quindi caramelle e cioccolato prodotti da forno, patatine, prodotti da drogheria, una vasta gamma di salati, succhi, the e bevande di ogni tipo e in minima parte il fresco e i vini.

I canali distributivi finali a cui si rivolge riguardano principalmente il settore del **Normale Trade**, ossia bar e tabacchi (oltre 100.000 esercizi), alimentari e mini-market (circa 30.000 esercizi) e diverse migliaia di punti vendita della distribuzione tradizionale oltre che centri sportivi, palestre e negozi specializzati, catene di distribuzione carburanti, cinema e parchi tematici nonché punti di vendita stazionali quali stazioni balneari e chioschi e ancora tanti altri.

Obiettivi

L'obiettivo primario di Dolcitalia è quello di incrementare le vendite all'interno del proprio canale grazie ad una costante attività di *monitoring* della qualità dell'offerta, unitamente ad un'azione di consulenza sul giusto prezzo delle referenze al pubblico finale, il tutto mantenendo la **corretta marginalità**.

Condividendo i successi delle realtà associate ed analizzando i casi più problematici, la Mission di Dolcitalia è quella di creare un marketplace intra-gruppo e un sistema di comunicazione e **fidelizzazione interna** tra tutte le industrie partner: un canale privilegiato dove riconoscersi in primis, confrontarsi e facilitare l'allargamento merceologico dell'offerta.

Accreditare e fidelizzare gli affiliati, incrementare il numero di fornitori convenzionati, personalizzare la propria offerta verso i clienti e migliorare la gestione aziendale, facilitare il passaggio di informazioni e rafforzare il network di relazioni interne: tutti questi aspetti riassumono il ruolo di agevolatore di business che Dolcitalia ambisce a rappresentare all'interno della sua ampia rete.

Strumenti

Se l'obiettivo principale è fornire al canale dei propri rivenditori gli strumenti migliori per massimizzare i profitti sul mercato, Dolcitalia stessa come azienda si avvale di importanti strumenti di marketing per veicolare le migliori offerte.

Partendo dai semplici ormai consolidati **piani promozionali nazionali**, specifici per i vari periodi dell'anno, comprendendo operazioni di **incentivazioni** rivolti agli oltre 1000 **agenti** (attività ormai conosciuta come Premium +), Dolcitalia si avvale di comprovati sistemi di **raccolta ordini centralizzati** e promozioni online in esclusiva per il gruppo; contratti di fornitura esclusiva food con alcune catene di distribuzione carburanti, cinema e parchi tematici; cataloghi, locandine mensili, materiale pop da abbinare ai prodotti dei fornitori; organizzazione di meeting e workshop con i principali operatori; programmi di incentive e team building per i distributori appartenenti al gruppo.

Gli strumenti distintivi del marketing Dolcitalia sono le innovative *Promoflash*, il last minute di prodotti super-scontati offerti in esclusiva agli associati, o la formula *Speciali*, combinazione di più prodotti di più aziende proposte congiuntamente a prezzi interessanti o con formule gadget o a prodotti omaggiati. Ma fiore all'occhiello è la **locandina digitale personalizzabile**, strumento che può essere creato e modificato direttamente online da una base standard, messa a disposizione da Dolcitalia, sulla quale è offerta la possibilità di editare a proprio piacimento prezzi e loghi personali, nonché scegliere immagini e prodotti di proprio particolare interesse.



Ma il vero passo avanti verso il miglioramento dell'efficienza nelle relazioni all'interno della rete di vendita è il nuovo progetto di CRM digitale, un sistema customizzato di comunicazioni di carattere commerciale e di servizi di elevato valore aggiunto. Le due facce di questo nuovo progetto B2B online sono rappresentate dal Portale Web e dalla nuova ed esclusiva Applicazione D+. Nello specifico Dolcitalia utilizza una Piattaforma Web interattiva per la veicolazione di informazioni e la fruizione di servizi dedicati. Affiancato da un apparato Social per la condivisione di news e di momenti di aggregazione ed eventi tematici, il Sito Web dedicato è composto da un'area pubblica, fruibile a tutti e con l'obiettivo di divulgare e approfondire il volto di questa azienda ormai leader del suo settore, e un'area privata dove tutti gli interlocutori stessi sono in grado di creare e gestire una banca dati interna disponibile e condivisibile da tutti, così creando una fotografia dello scenario totale del settore dolciario e degli acquisti di impulso in tutta Italia.



Dolcitalia.com è stato ultimamente modernizzato nel suo aspetto e nelle principali funzionalità e ulteriormente arricchito con nuovi contenuti nonché progettato con una nuova struttura responsive per adattarsi facilmente ad ogni device. Tutti i dati raccolti sono infatti organizzati in un database gestito dalla sede, reso disponibile per una serie molto completa di «interrogazioni». Alcune vengono aggregate e rese pubbliche, altre utilizzate dalla sede per finalità commerciali e di pianificazione strategica congiuntamente alle richieste eventuali delle aziende produttrici. Il tutto, con un supporto grafico che consente una più immediata fruizione e comprensione dei dati stessi, sempre con la possibilità di raggiungere il dettaglio per singolo affiliato.

L'altra faccia tecnologica di Dolcitalia, appena nata ma con in serbo una serie in costante evoluzione di innovazioni in termini di usabilità, è l' **Applicazione D+**, disponibile sul mercato IOS e Android sia per tablet che per smartphone. Dolcitalia D+ è un mondo connesso e integrato di contenuti che dialogano on line - attraverso il sito Web e i canali Social - e offline, a tutti i livelli della filiera: l'informazione è infatti studiata, organizzata, aggregata e restituita a tutti i referenti (area manager, fornitori, affiliati e loro rete agenziale, gestori di pubblici esercizi), attraverso le più diverse piattaforme con la finalità unica e semplice di gestire al meglio il proprio business, ovunque gli utenti si trovino. Non fornisce solo informazioni, ma una serie di servizi di utilità - divisi per livello di accesso all'applicazione - sempre a portata di mano: la possibilità stessa di effettuare ordini, consultare la documentazione personale (i propri contratti) e le locandine dedicate, verificare le ultime promozioni e scaricare i pdf stessi, nonché un database a cui poter accedere per entrare in contatto con tutta la rete in modo immediato e molto semplice. Permette quindi all' esercente del negozio o bar di entrare in rapido e diretto contatto con il grossista con un solo click, accedendo ai documenti e alle offerte che quest'ultimo mette a disposizione.



Perché Dolcitalia

Il lato innovativo e tecnologico non è l'unico aspetto a conferire a Dolcitalia la fascia di leader di settore. La sua forza e il carattere distintivo sono la capacità di aggiungere al processo di sell-out un dato difficilmente sostituibile che è la **forte relazione** con il suo cliente finale. I rappresentanti del management Dolcitalia, nelle figure degli area manager, sono presenti con quotidiana frequenza presso le strutture dei rivenditori con un approccio consulenziale nei confronti degli stessi: ciò che li caratterizza è una capacità di ascolto molto approfondita che rafforza la comprensione delle esigenze specifiche dei rivenditori stessi e, di conseguenza, l'efficacia nel proporre un nuovo marchio o una nuova offerta.

Dolcitalia può vantare infatti una **profonda expertise** derivante da un team di professionisti con anni di esperienza; professionalità ed esperienza del management quindi, unitamente ad una **profonda conoscenza del territorio distributivo nazionale**, solidità e coesione del gruppo e affidabilità costituiscono i tratti distintivi di una realtà leader ma a dimensione d'uomo. Attività di formazione/informazione, vendita e gestione delle problematiche, servizio puntuale, tempestivo e completo perfezionano il quadro.

Oltre all'anima di Dolcitalia, il plusvalore è dato dai servizi e vantaggi che può facilmente proporre a coloro che entrano in contatto con tutta la rete.

La struttura aziendale consente alle imprese distributrici di investire nel Normal Trade con tutta la flessibilità di una struttura di vendita e di distribuzione moderna ed affidabile, continuando tuttavia ad operare nella **totale autonomia decisionale**. In questo modo si sfruttano pienamente i benefici dell'indipendenza - e quindi della flessibilità operativa - e dell'appartenenza ad un gruppo in grado di trattare da pari a pari con i **fornitori più importanti del comparto**: Dolcitalia conta tra i propri fornitori le principali aziende di prodotti dolciari, come Perfetti, Ferrero, Lindt, Nestlé, Pata, San Benedetto, Pepsi e molte altre. La possibilità di dialogare con fornitori di tale calibro, permette a Dolcitalia di garantire un **assortimento ed un listino unificato** unitamente ad un servizio omogeneo su tutto il territorio nazionale, garantendo la **completa e capillare copertura del territorio**.

Nella stessa struttura, il grossista amplia il proprio ruolo tradizionale di fornitore per diventare partner del cliente, impegnato in un'attività di fidelizzazione del consumatore finale.

Grazie a questa collaborazione interna, si è in grado di offrire prodotti di alta qualità a livello industriale garantendo il modo più efficiente per consegnare e per rendere visibili i prodotti stessi.

Avendo la possibilità di mappare questa rappresentativa fetta di mercato del dolciario, Dolcitalia può avvalersi di un sistema esclusivo di raccolta dati di mercato in maniera veloce e veritiera, poiché direttamente verificabile. Sempre grazie a questa fotografia chiara del mercato, il programma di Trade Marketing e comunicazione integrata offerto sarà sempre aderente alle esigenze del singolo, costantemente sotto diretta osservazione.

