

## **DOLCITALIA CONFERMA IL SUCCESSO DELLA FORMULA “THE HUB” SNODO IMPRESCINDIBILE DEL CONFRONTO TRA INDUSTRIA E DISTRIBUZIONE**

*Record di presenze allo stand Dolcitalia nei 4 giorni della fiera*

*3 aziende TOP del largo consumo alimentare relatrici alla convention Dolcitalia*

Milano, 9 maggio 2019 - 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 5.000 persone nei primi 3 giorni a conferma il 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 ad 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 sviluppato, di cui oltre 7 in Italia”, commenta Stefano Raffaglio, direttore generale 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, Mondelēz, 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 Raffaglio.

**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**.

Martedì 7 si è svolta 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 complementarietà dei ruoli: *"Tre prestigiose aziende - Nestlé, Ferrero e Mondelez - sono tra i relatori della giornata; sono qui per lavorare insieme a noi, condividere le strategie e cogliere le opportunità offerte da una rete di affiliati capillare e qualificata come quella di Dolcitalia"*.

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 definizione, 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 ed 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:



**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 180.000 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 cresciuta sino a divenire una società di servizi che offre consulenza commerciale e marketing a tutto tondo. Maggiori informazioni sul sito [dolcitalia.com](http://dolcitalia.com)

#### Contatti per la stampa:

Ariel Mafai Giorgi  
[arielmafai@gmail.com](mailto:arielmafai@gmail.com)  
335 6489445