

IL DIALOGO È FONDAMENTALE

Nell'ambito dell'International Horeca Meeting di Roma, abbiamo incontrato Stefano Raffaglio, Direttore Generale di Dolcitalia, entrata ufficialmente in Italgrob a gennaio. Ecco cosa ci ha raccontato sull'evento e sui progetti futuri.

A cura di Walter Govoni



Nella foto, Stefano Raffaglio, direttore generale Dolcitalia.



Visione aperta del mercato

«I grossisti – prosegue Stefano Raffaglio – servono i bar dove noi siamo già presenti con i nostri clienti e i relativi prodotti. C'è la grande possibilità, quindi, di interagire con i distributori, di comunicare e sviluppare insieme determinati settori del canale Horeca. Noi abbiamo una visione del mercato molto aperta e siamo convinti che il dialogo è fondamentale».

Il vostro accordo con Italgrob, perciò, è basato su una comunione di intenti?

«Dolcitalia – risponde il Direttore Generale – esiste da 24 anni e funziona sostanzialmente come un'azienda di servizio. Un servizio, appunto, che intendiamo ampliare. La nostra prima impressione in merito a questo ingresso è stata estremamente positiva. L'accoglienza è stata splendida e molto calorosa da parte di Italgrob».

Vogliamo essere più incisivi Ma come intendete affrontare, concretamente, i rapporti con il mondo dei distributori e con la produzione?

«La fiducia reciproca – continua Stefano Raffaglio – è necessaria.

Dobbiamo incontrare l'industria e convincerla a lavorare insieme. Noi offriamo dei servizi che sono utili sia ai nostri associati (una cinquantina erano presenti all'International Horeca Meeting, ndr) sia ai produttori.

Il mercato è diventato ancora più competitivo: è indispensabile essere più incisivi. Noi abbiamo dei cataloghi molto ampi e un vantaggio competitivo nella logistica. I nostri prodotti, in genere, sono molto piccoli e perciò con un minor volume produciamo un fatturato maggiore».

Insomma, un coinvolgimento a tutto campo da parte vostra... «Mi piacerebbe dare – conclude il Direttore Generale di Dolcitalia – il nostro contributo in toto alla Federazione e quindi far parte a tutti gli effetti di Italgrob.

Entrare nei vari comitati come parte attiva e partecipare, anche, al Master della Luiss Business School. Credo che tutto questo sarà possibile, perché alla base dei nostri rapporti c'è un atteggiamento di comprensione reciproca».

Chi è Dolcitalia

È una società di servizi leader nella distribuzione dolciaria che rappresenta circa il 30% dell'intero comparto. L'azienda conta su una rete di oltre 170 distributori affiliati che raggiungono complessivamente 200.000 punti vendita, attraverso una rete di circa 1.000 agenti.

I canali distributivi finali a cui si rivolge riguardano principalmente il settore del Normale Trade ossia: bar e tabacchi, alimentari, mini-market, punti vendita della distribuzione tradizionale oltre che centri sportivi, palestre e negozi 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.

