



DOLCITALIA LANCIA DEX: La nuova piattaforma digitale per l'ingrosso italiano.

Dolcitalia presenta:

DEX – DOLCITALIA EXCHANGE, il primo marketplace B2B dedicato agli affiliati del Gruppo. Una piattaforma digitale innovativa, progettata per rispondere in modo concreto alle esigenze dei grossisti e rafforzarne la competitività, riducendo al tempo stesso inefficienze strutturali del mercato.

Il comparto dell'ingrosso in Italia conta oltre 3.000 operatori che riforniscono quotidianamente circa 500.000 punti vendita tra Ho.Re.Ca. e libero servizio, per un giro d'affari annuo superiore ai 13 miliardi di euro. Un settore strategico, ma estremamente frammentato: solo il 30% dei grossisti supera i 15 milioni di fatturato, mentre il 44% non va oltre i 3 milioni annui. A questa struttura si aggiungono criticità legate al passaggio generazionale e a limiti organizzativi, che negli ultimi anni hanno accelerato la concentrazione del mercato con un tasso stimato intorno al 10% annuo.

In un comparto difficile come quello del food, caratterizzato da grandi volumi e margini ridotti, la forza negoziale dipende dalla capacità di aggregare i volumi. Proprio qui nasce il valore di DEX: uno strumento pensato per consentire anche ai piccoli grossisti di accedere a condizioni di acquisto più competitive, riducendo sprechi e gestendo in modo più efficiente le eccedenze di magazzino.



DEX DOLCITALIA EXCHANGE

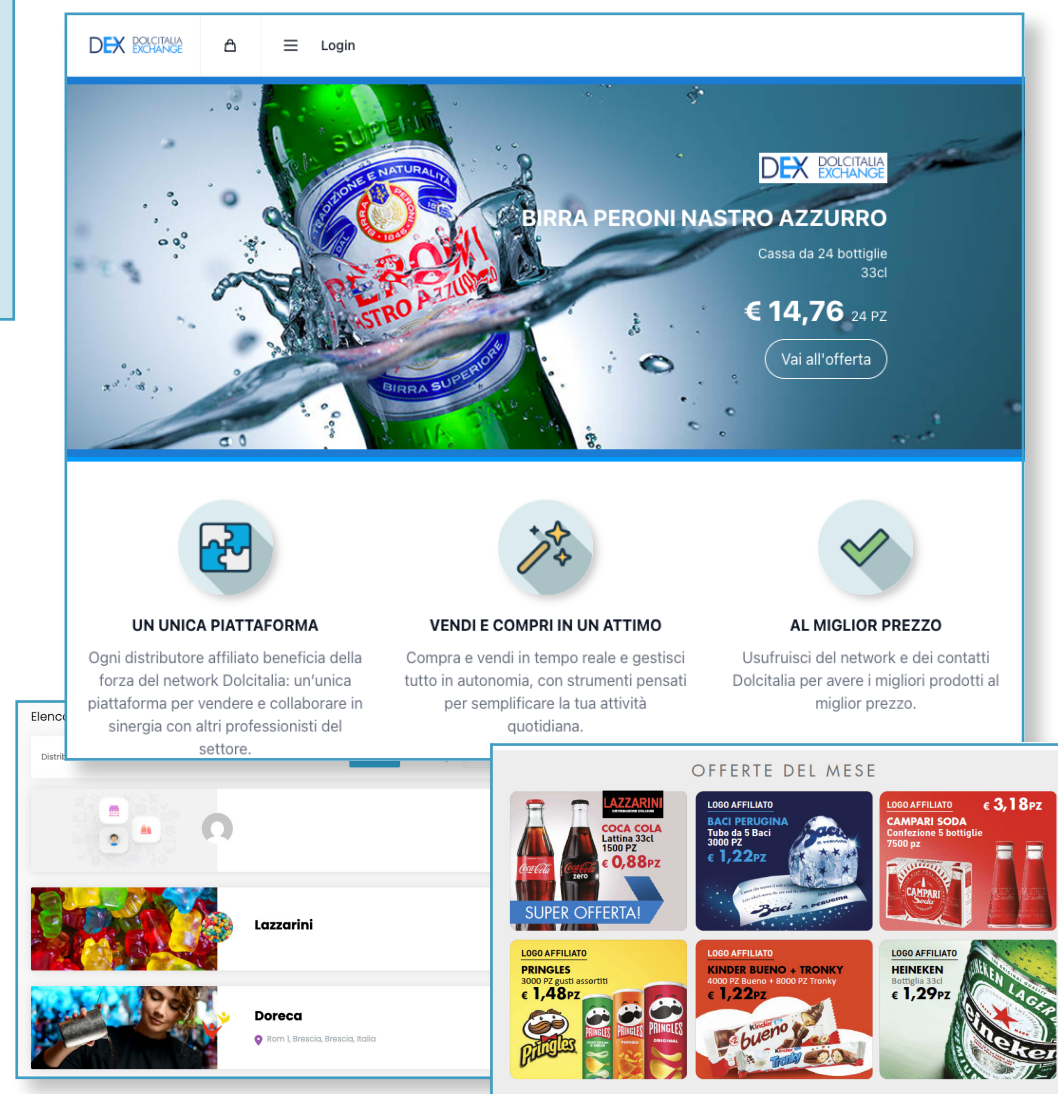
Con DEX ogni affiliato Dolcitalia potrà assumere una doppia posizione:

- **Vendita:** mettere a disposizione dei colleghi prodotti in esclusiva, eccedenze di magazzino, articoli prossimi alla scadenza o acquistati in grandi volumi, stabilendo liberamente prezzi e promozioni.
- **Acquisto:** ricercare e selezionare in autonomia i prodotti di interesse, acquistando direttamente dai grossisti venditori e definendo modalità di ritiro o consegna personalizzate.

Un sistema semplice, trasparente ed efficace, pensato per ottimizzare gli approvvigionamenti, ridurre gli sprechi e migliorare la competitività di prezzo. Il tutto attraverso una piattaforma ricca di contenuti e con un'esperienza utente estremamente intuitiva.

Tra i comparti più strategici per lo sviluppo della piattaforma spicca il beverage, segmento in costante crescita negli assortimenti dei grossisti Dolcitalia. In questo ambito, il Gruppo annuncia la partnership con Doreca, leader nazionale nella distribuzione di bevande: grazie a questa collaborazione, gli affiliati avranno accesso a oltre 9.000 referenze, condizioni economiche competitive e una logistica avanzata che si appoggia a 16 centri di distribuzione e a un hub di 60.000 mq a Roma.

Questa sinergia permetterà agli affiliati Dolcitalia di ampliare l'offerta e rafforzare la propria posizione sul mercato, cogliendo nuove opportunità di business in un settore sempre più dinamico.



La voce del Presidente Dolcitalia

“Faccio il grossista da sempre e conosco bene come questo mestiere stia cambiando” – afferma **Marino Lazzarini, Presidente di Dolcitalia**. – “Anche un'azienda strutturata come la mia avverte la necessità di aprirsi a nuove modalità di acquisto e vendita. DEX rappresenta una vera svolta: non è soltanto uno strumento digitale, ma un'opportunità concreta per tutti noi grossisti di essere più forti insieme, condividendo assortimenti, riducendo gli sprechi e cogliendo nuove occasioni di mercato. Come Presidente del Gruppo lo considero un passaggio indispensabile verso il futuro; come imprenditore, sono personalmente interessato a utilizzarlo sia per acquistare che per vendere”.

Il contributo di Doreca

“La partnership con Dolcitalia attraverso DEX ci permette di aprire una nuova fase di sviluppo” – dichiara **Tonino Faranda, Presidente di Doreca**. – “Il nostro obiettivo è incrementare ulteriormente i volumi, oggi già superiori ai 200 milioni di euro, aprendo con decisione al canale dell'ingrosso. L'alleanza con Dolcitalia valorizza le nostre competenze logistiche e di assortimento nel beverage e, al tempo stesso, ci offre l'opportunità di distribuire anche prodotti dolciari attraverso la rete in crescita dei Doreca Stores. Una sinergia destinata a generare benefici concreti per entrambi i gruppi”.

Collaborazione con l'industria e ruolo di DATA+

DEX nasce con una logica di collaborazione, non concorrenza con l'industria. Negli ultimi anni, infatti, i grandi player hanno concentrato le proprie attività commerciali verso grossisti di maggiori dimensioni. Un esempio emblematico è Ferrero, che ha scelto di non servire più direttamente i grossisti con meno di 10 mila euro di acquisti annui, favorendo invece partnership con “redistributori trasparenti”.

In questo scenario, un tassello strategico è rappresentato da DATA+, il sistema di raccolta e analisi dati sviluppato da Dolcitalia, che garantisce trasparenza lungo l'intera filiera, dall'industria al cliente finale. “DATA+ rappresenta l'infrastruttura strategica che completa la visione di DEX” – sottolinea **Cristina Papini, Marketing Advisor di Dolcitalia e Product Leader DATA+**. – “Grazie a un sistema strutturato di raccolta, gestione e analisi, siamo in grado di fornire informazioni puntuali sui mercati, gestire in modo efficace le attività promozionali sul sell-out e assicurare trasparenza in ogni passaggio della distribuzione. È un passo indispensabile per rafforzare il rapporto con l'industria e rendere l'intero sistema più competitivo”.

Prospettive future

DEX non si limiterà a favorire lo scambio di prodotti tra i grossisti Dolcitalia, ma apre la strada a nuove tipologie di business:

1. **Piccoli produttori nazionali**, oggi senza accesso diretto al mercato dell'ingrosso.
 2. **Grandi industrie orientate alla GDO**, interessate a sviluppare linee dedicate al canale tradizionale.
 3. **Fornitori internazionali**, privi di una rete commerciale nel mercato italiano.
- In prospettiva, DEX potrebbe diventare una piattaforma di approvvigionamento universale per i grossisti, con l'industria che trasforma i propri venditori in Ambassador e affida la gestione operativa degli ordini a un'infrastruttura digitale avanzata.

Visione strategica

“DEX non è un progetto isolato, ma il primo passo di una trasformazione più ampia che abbiamo avviato con l'alleanza strategica con Doreca” – dichiara **Stefano Raffaglio, Direttore Generale di Dolcitalia**. – “Grazie all'esperienza pluriennale nelle vendite digitali, sono convinto che questa iniziativa ci consentirà di guardare oltre i confini tradizionali dell'ingrosso, esplorando nuovi mercati e adottando modelli in linea con i trend internazionali.

Il nostro obiettivo è costruire un ecosistema digitale capace di rivoluzionare le dinamiche della distribuzione tradizionale, generando nuove e concrete opportunità. In questa visione si inseriscono i progetti complementari che guardano al futuro del settore, con l'ambizione di connettere industria, distributori e punti vendita in un'unica piattaforma integrata”.