Cristina Papini allo sviluppo delle strategie marketing di Dolcitalia

cristina-papini-2a57ba5d

Dolcitalia, società di servizi leader nella distribuzione dolciaria, ridisegna l'organico e annuncia l'ingresso di **Cristina Papini**, con la responsabilità dello sviluppo strategico delle attività di marketing del Gruppo e di **DATA+**, il progetto di misurazione del mercato impulso in Italia.

Papini ha maturato una vasta esperienza nella gestione delle informazioni di mercato in business complessi, lavorando in **Nielsen** per molti anni e collaborando con aziende leader in diversi settori, spaziando dal largo consumo al digitale, con responsabilità internazionali di primari clienti come **Campari e Facebook**.

L'ingresso di Cristina Papini coincide con l'indirizzo dell'azienda verso una **gestione del business più strategica e più partecipata**. DATA+ costituisce un momento di confronto tra Industria e distribuzione dolciaria, in un mercato a tutt'oggi privo di dati puntuali e azionabili. Il progetto, infatti, raccoglie e armonizza i dati di sell in e sell out degli Affiliati Dolcitalia restituendoli sotto forma di informazioni puntuali e database interrogabili.

DATA+ costituirà inoltre il fil rouge della attività promozionali, a tutt'oggi cruciali sul canale tradizionale. La **collaborazione tra Industria e Retail** si potrà quindi basare su dati certi e condivisi, alla base delle pianificazioni promo e dello sviluppo, soprattutto in zone e su prodotti mirati.

"In un mercato sempre più competitivo le capacità predittive e negoziali dei singoli imprenditori devono essere affiancate da sistemi di raccolta dati professionali e da intelligence del mercato", commenta Papini. "DATA+ offrirà ai nostri affiliati e all'Industria partner un importante strumento a supporto del business".

Fondata nel 1993, Dolcitalia conta su una rete di oltre 150 distributori affiliati e rappresenta circa il **30% del comparto della distribuzione dolciaria in Italia**. I canali distributivi finali a cui si rivolge riguardano principalmente il settore del Normale Trade ossia: bar e tabacchi, alimentari, mini-market,

oltre che centri sportivi, palestre e negozi specializzati, catene di distribuzione carburanti, cinema e parchi tematici. Nel gennaio 2017 Dolcitalia è entrata in Italgrob, la Federazione distributori Horeca.