Domino’s Pizza arriva in Italia

dominos-47d6ad53

Domino’s Pizza ha aperto lunedì 5 ottobre a Milano in via della Martinella, 1, zona Bisceglie, il suo primo punto vendita in Italia. Domino’s Pizza Italia è guidata da **Alessandro Lazzaroni**, 36 anni, “master franchisee” del brand Domino’s per l’Italia. L’apertura a Milano è la prima di un piano che prevede molti altri punti vendita nei prossimi anni in tutta Italia, sia di proprietà che, in un secondo tempo, anche in franchising. Prima di guidare Domino’s in Italia, Lazzaroni è stato direttore retail per Galbusera e, prima ancora, manager per McDonald’s.

Domino's Pizza«Domino’s è un brand globale, con una significativa quota di vendite anche online – afferma Lazzaroni –. *La nostra azienda si basa su due pilastri, egualmente importanti: qualità del prodotto e eccellenza nel servizio. Punti di forza sono infatti una pizza di grande qualità, con prodotti d.o.p. quali il prosciutto di Parma, il gorgonzola, il grana padano e la mozzarella di bufala campana, prodotti che acquistiamo da fornitori italiani attentamente selezionati, e la tecnologia digitale innovativa che permetterà ai clienti di ordinare anche online così da assicurare una consegna in tempi rapidi come nessuno è in grado di fare in Italia. L’eccellenza è assicurata anche da una gestione completamente integrata della supply chain. Ciò che proponiamo in sostanza è una pizza buona, servita a casa, calda e puntale, che può essere anche ordinata online e ad un prezzo molto competitivo»*.

«La forza del nostro modello di business sta nella sua possibilità di adattare al meglio attraverso i nostri partner locali l’offerta di prodotto, così da incontrare appieno i gusti di ogni mercato – spiega **Richard Allison**, presidente di Domino’s Pizza International– *ed è quello che avverrà anche qui in Italia, a maggior ragione visto che siamo nella patria della pizza. Abbiamo trovato un partner italiano che ha sposato il nostro business model basato sulla qualità del prodotto e sull’efficienza del servizio unendolo ad un prodotto tipicamente locale, garanzia di freschezza e gusto. Siamo orgogliosi di poter introdurre il marchio Domino’s attraverso la collaborazione con il nostro partner»* afferma Allison.

La consegna è puntuale grazie all’organizzazione organizzazione e alla massima efficienza operativa. Il cliente riceve una pizza calda al punto giusto per essere gustata, inoltre può ordinare sul sito

www.dominositalia.it, telefonicamente o direttamente sul punto vendita e può anche creare la sua pizza, con gli ingredienti che vuole, e seguire online il proprio ordine dalla preparazione alla consegna a casa. Il punto di vendita in via della Martinella è aperto a partire da lunedì 5 ottobre, tutti i giorni della settimana; da lunedì a giovedì dalle 11.30 alle 23.00, da venerdì a domenica dalle 11.30 a mezzanotte.

Una curiosità: il primo ordine in assoluto per Domino's in Italia è stato per la pizza "Extravaganza", con pomodoro, mozzarella, salame piccante, wurstel, prosciutto cotto, cipolle, funghi freschi, olive e peperoni.

Domino's Pizza
Fondata nel 1960, Domino's Pizza è il leader mondiale della pizza a domicilio e con un significativo business nell'asporto. Si colloca fra i marchi di catene di ristorazione con oltre 11.900 punti vendita in più di 80 mercati. Le vendite a livello globale di Domino's nel 2014 sono state di 8,9 miliardi di dollari, di cui 4,1 miliardi negli Stati Uniti d'America e 4,8 miliardi nel resto del mondo. Nel secondo trimestre 2015, le vendite a livello globale sono state di 2,2 miliardi di dollari, di cui 1,1 negli U.S.A. e 1,1 nel resto del mondo. Nel secondo trimestre 2015 quasi il 97% dei punti vendita Domino's è gestito in franchising. Inoltre l'enfasi sull'innovazione tecnologica ha permesso a Domino's di generare circa il 50% delle vendite attraverso i canali digital negli Stati Uniti (dato fine 2014) e raggiungere un valore di 4 miliardi di dollari di vendite "digitali" in un anno a livello globale.
Domino's ha creato un'app per le ordinazioni che copre quasi il 95% degli smartphone negli stati uniti e ha recentemente introdotto nuove e innovative piattaforme per gli ordini, incluso il sistema FORD sync, la Samsung Smart TV, Twitter e i messaggi di testo con le emoticon della pizza. A Giugno 2014, Domino's ha inoltre lanciato il sistema di "voice ordering" abbinato alla sua app sia per Iphone che per Android.

[gallery size="medium" ids="85220,85222,85224,85226,85228,85229,85230,85231,85233,85247,85249,85369"]