L'Italia è pronta per Domino's Pizza

ytry-e00de618

«Ci consideriamo da sempre un marchio innovativo e coraggioso e cosa c'è di più coraggioso che aprire in Italia? Noi pensiamo che Domino's Pizza sia pronta per il mercato italiano e viceversa». Con queste parole il presidente di Domino's Pizza International **Richard Allison** ha accompagnato oggi il taglio del nastro del primo punto vendita italiano a Milano in via della Martinella, 1, in zona Bisceglie. Aperto esattamente da quattro settimane, il punto vendita di Domino's è stato inaugurato oggi alla presenza, oltre che di Allison, di Alessandro Lazzaroni, amministratore delegato di Domino's Pizza Italia, di Eric Anderson, vicepresidente di Domino's EMEA e di Fred Lund, vicepresidente International Business Development di Domino's International.

Richard_Allison*«Siamo il marchio di ristorazione che cresce più velocemente* –prosegue Allison–; *nell'ultimo anno e mezzo abbiamo aperto oltre mille punti vendita ed abbiamo aperto anche una dozzina di nuovi mercati, dalla Cambogia al Paraguay. Il nostro fatturato è in crescita da 87 trimestri consecutivi e siamo il secondo marchio globale di pizza al mondo per quota di mercato. In Italia Alessandro Lazzaroni e il suo team hanno lavorato per creare una versione molto speciale del menu che unisce le proposte principali di Domino's con quelle italiane più tradizionali utilizzando ingredienti locali ed una filiera di fornitori selezionati. Gli italiani, proprio come Domino's, conoscono e apprezzano la pizza, e per questo siamo orgogliosi di essere qui e non vediamo l'ora di crescere anche in Italia»*.

Alessandro LazzaroniL'apertura del punto vendita di via della Martinella è la prima di un piano che prevede dieci punti vendita a Milano e hinterland entro fine 2016. I punti vendita saranno inizialmente di proprietà con la previsione, in un secondo tempo, di aprirsi alla formula del franchising. "Master franchisee" del brand Domino's per l'Italia è **Alessandro Lazzaroni**. *«La nostra volontà è quella di portare ai consumatori italiani un prodotto familiare come la pizza che sia non solo di ottima qualità e realizzata con ingredienti italiani, ma con delle innovazioni nel nostro menù che mancavano in questo mercato e attraverso un modello di servizio assolutamente innovativo* –afferma Lazzaroni–. *E ci stiamo riuscendo, dato che nel primo mese di attività abbiamo raggiunto risultati che superano le*

nostre aspettative. Questo dimostra che i consumatori premiano l'innovazione e un modello di servizio di alto livello che, fino a oggi, in Italia mancava».

«Oltre a celebrare la prima apertura, oggi siamo qui per entrare sempre più in contatto con il quartiere e le persone che vi abitano –conclude Lazzaroni. *Grazie alla volontà di assumere ragazzi del quartiere e grazie a un piano di attività marketing destinato ad accrescere il contatto diretto con i clienti, abbiamo la possibilità di diventare un punto di riferimento proprio come lo erano i negozi di vicinato di una volta, riappropriandoci delle relazioni che esistevano nel quartiere. Insomma, vogliamo essere modernità e tradizione che si sposano assieme»*.

In occasione dell'inaugurazione ufficiale del punto vendita di via della Martinella, inoltre, il Console Commerciale degli Stati Uniti a Milano, **Robert Peaslee**, ha voluto portare il proprio saluto: *«È per noi un vero piacere testimoniare l'apertura del primo punto vendita di Domino's Pizza in Italia e l'arrivo di questo marchio iconico americano nel nord Italia. Il Consolato Americano porge i migliori auguri affinché il lancio di questa nuova iniziativa abbia un grande successo e auspica l'apertura di molti altri punti vendita di Domino's Pizza nei prossimi anni»*.

Domino's Pizza Italia ha studiato, nel Paese dove la pizza è nata, una ricetta italiana, adatta ai gusti esigenti degli Italiani. Ha scelto fornitori italiani e prodotti di elevatissima qualità, tra cui spiccano il pomodoro e la mozzarella 100% italiani, oltre ad alcuni prodotti d.o.p. come il Prosciutto di Parma, il Grana Padano, il Gorgonzola e la Mozzarella di Bufala Campana. Domino's garantisce la puntualità della consegna grazie all'organizzazione e alla massima efficienza operativa. Il cliente riceverà una pizza calda al punto giusto per essere gustata, inoltre potrà ordinare sul sito www.dominositalia.it, telefonicamente o direttamente sul punto vendita e potrà anche creare la sua pizza, con gli ingredienti che preferisce, e seguire online il proprio ordine dalla preparazione alla consegna a casa. Il punto di vendita in via della Martinella è aperto tutti i giorni della settimana; da lunedì a giovedì dalle 11.30 alle 23.00, da venerdì a domenica dalle 11.30 a mezzanotte.

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 12.000 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 stato 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 sia per Android.