

Go to market

Strategie a supporto delle vendite

24

IL PUNTO DI VISTA

Le nuove regole tra innovazione e sostenibilità

Ridefinire il Retail in un'era di rivoluzioni silenziose

L'industria del Retail non è più quella di una volta: è un campo di battaglia in costante evoluzione dove **innovazione** e sostenibilità si integrano plasmando **nuovi paradigmi** quasi ogni giorno. L'e-commerce ha acceso i motori, e ora il Retail deve tenere il passo, oppure rischia di restare indietro.

La rivoluzione della logistica: non solo consegne, ma anche esperienze

La logistica? Non parliamo più solo di scatole e spedizioni. Il settore della logistica Retail sta vivendo una vera e propria rivoluzione, spostando il focus dalle semplici consegne all'arricchimento dell'**esperienza cliente**. È una trasformazione guidata dall'AI, che ci permette di **anticipare, personalizzare, e ottimizzare** ogni dettaglio. Secondo gli esperti, pensare che sia solo questione di trasportare prodotti e materiali promozionali significa sottovalutare il potenziale del cambiamento. Ecco perché la vera sfida risiede nel trasformare ogni punto di contatto in un'opportunità per valorizzare il brand, richiedendo una sinergia perfetta tra tecnologia, creatività e strategia operativa.

Profumeria Selettiva: i dettagli contano

Nel settore della profumeria selettiva, **ogni dettaglio conta** perché la vera sfida è trascendere il prodotto per evocare un'esperienza sensoriale completa, dove ogni prodotto e ogni espositore

sono collocati strategicamente per **massimizzare l'impact emotivo**. Questo settore, secondo gli esperti, richiede un approccio che combini con cura il design, la presentazione e l'interazione con i clienti per trasformare un semplice acquisto in un atto di seduzione e scoperta.

L'arte degli allestimenti: quando il Retail diventa palcoscenico

Il design degli allestimenti Retail è cruciale nel definire l'identità di un Brand e migliorare l'esperienza d'acquisto. La sfida per i Brand è di **trasformare** i loro **spazi** in ambienti che non solo attirino l'attenzione, ma anche coinvolgano emotivamente i clienti, rendendo ogni visita un'esperienza memorabile e distintiva. Ignorate l'importanza degli allestimenti a vostro rischio e pericolo: qui si gioca la vera partita dell'**engagement del consumatore**.

Oltre la distribuzione: la logistica dei materiali di marketing

La gestione strategica e la distribuzione dei materiali di marketing rappresentano in questo senso non solo questioni di efficienza, ma veri e propri elementi a supporto del brand che influenzano la percezione e l'interazione con il cliente. In questo contesto, la logistica diventa così un catalizzatore per l'innovazione, permettendo ai brand stessi di presentarsi in maniera sempre più mirata e im-



Angelo Pirrello, President & CEO di DPV e Staci Italia

pattante. La sfida è integrare queste operazioni con la **velocità** e la **personalizzazione** richieste dal mercato attuale, garantendo che ogni punto vendita non solo riceva ciò di cui ha bisogno, ma lo faccia in modo tale da massimizzare l'effetto sul consumatore finale.

Sostenibilità: non più solo un'opzione, ma l'unica via

E infine, la sostenibilità. Non è più un'aggiunta, ma una **necessità** impellente, un imperativo per ogni azienda che si rispetti. Nel settore Retail, questo si traduce in una crescente pressione per implementare pratiche che minimizzino l'impatto ambientale attraverso l'intero **ciclo di vita dei prodotti**, dalla produzione allo smaltimento, richiedendo un impegno costante e innovazioni continue. Dal riciclo intelligente alla riduzione delle emissioni, ogni decisione è un passo verso un futuro in cui il Retail possa prosperare senza sacrificare il nostro mondo.

Profumeria selettiva: Il Team Prestige

Da 30 anni la gestione integrata dei prodotti sul punto vendita

Dal 1995, anno della nostra nascita, ci siamo affermati come leader nella logistica dei materiali POP nel settore cosmetici, **coprendo oggi oltre 4.500 profumerie in tutta Italia** coprendo tutta la filiera: dalla fase creativa all'allestimento, passando per la produzione fino allo smaltimento sostenibile dei materiali. L'expertise trentennale ha reso l'azienda un punto di riferimento nel canale della profumeria selettiva, grazie anche al **Team Prestige, una squadra altamente specializzata** che garantisce un servizio eccellente in ogni ambito: fragranze, skincare, makeup, hairsalon.

La divisione non si limita semplicemente alla gestione logistica, ma si occupa del posizionamento strategico dei materiali espositivi, dell'aggiornamento dei layout, del design delle campagne vetrina e

dell'implementazione di soluzioni digital signage all'avanguardia. Inoltre, gestisce con cura il posizionamento dei materiali leggeri e la manutenzione completa degli arredi. La sicurezza e la professionalità sono al primo posto: **ogni membro del Team Prestige è in grado di intervenire sugli impianti elettrici in totale sicurezza** e viene costantemente formato sulla gestione dei layout e dei mobili. Questo permette di offrire interventi rapidi, efficienti e senza intoppi. La sostenibilità è un altro dei pilastri fondamentali. **C'è particolare attenzione al riciclaggio responsabile dei mobili e all'uso sostenibile dei materiali.** La mission è offrire un servizio impeccabile nel rispetto dell'ambiente, assicurando ai clienti soluzioni su misura che valorizzino al meglio i loro prodotti nei punti vendita.



Francesca Fontan,
Business Unit Manager di DPV



LE FEATURE



50 risorse dedicate al canale selettivo



4.500 profumerie su tutto il territorio nazionale



training continuo sulla gestione dei layout



67 Visual Merchandiser che operano sui pdv



in-store data management & photogallery

LE ATTIVITÀ IN PROFUMERIA

Installazione

Stoccaggio, trasporto e installazione di mobili e strutture espositive.

Vetrine

Gestione campagne di vetrine tradizionali e di digital signage

Riparazione

Gestione degli Spare Parts e interventi per strutture danneggiate.

Manutenzione

Interventi strutturali ed elettrici con allestitori professionisti

Aggiornamenti

Sostituzione dei visual, aggiornamento layout e general tester

Smaltimenti

Con consegna a riciclatori certificati con recupero delle materie prime



Allestimenti Retail su misura

Come trasformare gli spazi Retail in esperienze uniche per i clienti

In un mercato del Retail sempre più competitivo, l'allestimento dei punti vendita gioca un ruolo cruciale nel definire l'identità di un Brand e nel migliorare l'esperienza di acquisto del cliente. Ecco cosa ne pensa Valerio Tosatto, Direttore Commerciale di DPV, che racconta come il servizio di produzione e allestimento aiuti i Brand a distinguersi, forti della fondamentale partnership con Staci Italia.

Cosa offre DPV ai suoi clienti nel campo dell'allestimento Retail?

DPV offre un servizio completo che copre ogni aspetto dell'allestimento Retail, dalla prima ideazione fino all'installazione finale negli spazi vendita. Il nostro obiettivo è trasformare lo spazio Retail in un'esperienza coinvolgente per il cliente, riflettendo al meglio l'identità del Brand. Ci occupiamo di tutto: dalla progettazione creativa alla produzione, fino all'installazione fisica degli allestimenti, assicurando che ogni dettaglio sia perfettamente allineato con le esigenze e gli obiettivi dei nostri clienti.

In cosa consiste il vostro servizio di produzione e allestimento?

Il nostro servizio segue un processo dettagliato che inizia con un'analisi approfondita delle esigenze del cliente, considerando brief, timing e budget. Dedicando una cura particolare alla fase creativa, ci impegniamo a esplorare e sviluppare idee che

possano realmente elevare l'esperienza del Brand all'interno degli spazi Retail. Segue la progettazione e l'ingegnerizzazione, dove trasformiamo le idee in progetti concreti, pronti per la produzione su una vasta gamma di materiali. La fase di installazione è gestita con precisione da squadre di professionisti altamente specializzati, assicurando tempi di montaggio rapidi e un controllo qualità costante, fino al ritiro e allo smaltimento sostenibile degli allestimenti.

Qual è il principale valore aggiunto che DPV offre come supporto ai Brand?



Valerio Tosatto,
Commercial Director DPV

Il valore aggiunto di DPV risiede nella nostra capacità di integrare soluzioni tecnologiche avan-

zate nei supporti ai brand. Collaboriamo con Staci Italia per gestire logisticamente ricevimento, kitting e stoccaggio a livello nazionale, garantendo montaggi rapidi e sicuri. Ci distinguiamo per l'adozione di tecnologie di riconoscimento facciale per la misurazione in tempo reale del traffico in-store, permettendo ai brand di ottenere dati immediati sul comportamento dei consumatori. Inoltre, creiamo esperienze consumatore altamente interattive e immersive, ottimizzando l'engagement e valorizzando l'interazione con i prodotti.



LE SQUADRE SUL TERRITORIO



- 32** squadre di allestitori professionisti con magazzini dedicati e furgoni cassonati
- 500** interventi al mese sul pdv
- 290** Transit Point sul territorio nazionale

La logistica dei materiali di Marketing

L'importanza dei materiali POP e della loro gestione integrata

La partnership del 2010 con il gruppo **Staci**, leader europeo della logistica di marketing, consente a DPV di offrire ai clienti una **gestione flessibile di tutti i materiali dedicati al punto vendita**. Ciò significa soluzioni integrate con i processi di vendita, su misura e uniche sul mercato: oltre 25.000 referenze gestite, 2,5 milioni di colli movimentati e 590.000 spedizioni l'anno. Numeri che fanno di DPV la specialista del fuori formato, delle lavorazioni speciali e della distribuzione centralizzata dei materiali POP.

La parola d'ordine è flessibilità, ossia gestire il "fuori standard" non solo in termini dimensionali dei materiali, ma anche soprattutto di flussi e pro-

cessi. Grazie all'esperienza e al know-how acquisiti nel corso degli anni nell'ambito della logistica promozionale, DPV affronta esigenze e criticità tipiche del settore. Per qualsiasi segmento riesce a garantire una gestione completa, puntuale e veloce delle attrezzature e dei materiali affidati. I punti di forza? La preparazione e la capacità di amministrare e organizzare le attività in maniera sinergica coinvolgendo tutti gli attori della filiera logistica: operatori di magazzino, vettori, allestitori, senza dimenticare l'attenzione alla sostenibilità e all'ambiente.



I SERVIZI

- Gestione materiali di marketing per la forza vendita, logistica di prodotto ed e-commerce BtoC
- Ricevimento e stoccaggio, sia a livello centralizzato sia periferico
- Ritiro dei materiali da eventi/manifestazioni con ricondizionamento
- Gestione attrezzature e materiali per Canvass e Loyalty Programs
- Smaltimento sostenibile con ritiro, smembramento e consegna delle strutture a riciclatori certificati per trasformarle in materie prime di seconda vita.

I NUMERI DI STACI ITALIA

63 dipendenti **290** transit point in Italia

5 magazzini su Milano, Pavia e Roma **25mila** referenze gestite

83mila m² di spazio **2,5 mln** di colli movimentati

108mila pallet di capacità di stoccaggio **590mila** spedizioni/anno

CERTIFICAZIONI STACI ITALIA



SMETA