

Supermercati, i ricavi **Todis** verso quota 900 milioni (+13%)

GRANDER DISTRIBUZIONE

Entro l'anno la catena partner Conad aprirà una ventina di negozi

Enrico Netti

Il fatturato di **Todis**, catena della Gdo presente nel Mezzogiorno, corre verso il miliardo al traino della private label. Il 2020, secondo i dati preliminari, vede i ricavi arrivare a 875 milioni con una crescita del 13% che diventa il 7% a parità di rete. «Con tassi di crescita come quelli che abbiamo realizzato nel 2020 penso che arriveremo al miliardo di vendite entro fine anno - spiega Massimo Lucentini, direttore generale di **Todis** -. Se, come speriamo, si normalizzerà la situazione pandemica l'obiettivo verrà raggiunto nel 2022. Finora l'emergenza sanitaria ha sostenuto le vendite ma la catena sta vivendo un ciclo di crescita che si consolida con un +48% negli ultimi 5 anni (tra il 2015 e il 2019 ndr)». Nello stesso periodo il numero dei punti vendita è cresciuto di quasi un terzo.

La catena è attiva con oltre 250 supermarket di prossimità, una offerta di prodotti freschi e freschissimi oltre a quelli con la marca del distributore che hanno raggiunto un peso predominante. Un mix di successo perché Lucentini sottolinea come «in alcuni punti vendita dell'area romana abbiamo raggiunto livelli di produttività anche superiori ai 20mila euro al metro quadro».

Per quest'anno i piani di sviluppo

prevedono l'apertura di circa 20-25 market «ci attendiamo che la rete crescerà con lo stesso trend anche nel 2022 - continua Lucentini -. Seguiamo una strategia che privilegia uno sviluppo selettivo e cauto a tutela degli investimenti dei nostri franchisee con un occhio attento che privilegia i negozi di prossimità, nostro segmento chiave».

Todis è di proprietà di Iges, società unipersonale controllata dalla cooperativa Conad Pac2000A. Il modello di sviluppo prevede sia la formula dei negozi di proprietà che il franchising. Iges ha stanziato una decina di milioni per la crescita della rete ma il budget raddoppia tenendo



MASSIMO LUCENTINI
Direttore generale di **Todis**

conto degli investimenti che verranno sostenuti per lo sviluppo del brand in partecipazione con Conad Adriatico, altra cooperativa di esercenti che lavora allo sviluppo dell'insegna insieme a Pac2000A. Ci sono poi gli stanziamenti decisi direttamente dai franchisee per la ristrutturazione e l'ammodernamento dei punti vendita.

Per quanto riguarda l'offerta **Todis** ha costruito buona parte del suo successo con i prodotti a marchio del distributore (Mdd) con circa 2mila referenze. «Per noi sono strategici e tra i segreti del nostro successo c'è

proprio la private label - sottolinea Lucentini -. Considerando anche i marchi in esclusiva la marca privata vale circa il 75% del nostro fatturato e sulla quale stiamo investendo molto in termini di qualità e assortimenti. Da un paio di anni nel grocery abbiamo messo in atto una vera e propria rivoluzione, con un programma pluriennale di investimenti che vedrà al termine del prossimo anno riprocessato gran parte del nostro assortimento di marca privata». In quest'area si lavora a un massiccio piano di rebranding accompagnato da una revisione assortimentale per dare il giusto spazio ai segmenti in forte crescita come il premium e i funzionali. «Si interviene inoltre nel segmento mainstream cercando di ricreare anche nella Mdd una scala di prezzi chiara che possa dare l'opportunità a tutti i profili di consumatore di soddisfare i loro bisogni - continua di dg -. I freschi e freschissimi sono e continuano ad essere, i nostri reparti di punta, motivo di preferenza dei clienti».

Risultati che si raggiungono intervenendo nella selezione dei fornitori, privilegiando sempre più la filiera corta e in altri casi rafforzando la partnership. Qui **Todis** punta allo sviluppo di collaborazioni di lungo periodo con i fornitori utilizzando politiche di acquisto che non prevedono le aste e favorendo la crescita dell'economia locale e del made in Italy. «Già oggi annoveriamo il 97,5% di fornitori di Mdd italiani con circa il 97% dei prodotti realizzati in Italia» conclude Lucentini.

enrico.netti@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

