

Todis rivoluziona la prossimità

LINK: <http://www.italiafruit.net/DettaglioNews/62761/dalla-distribuzione/todis-rivoluziona-la-prossimita>



venerdì 1 ottobre 2021
Todis rivoluziona la prossimità. La prossimità ha una nuova dimensione, fatta di cura dei dettagli, prodotti di qualità e un alto livello di servizio. Con il format **Todis** Rione, l'insegna italiana controllata dalla cooperativa PAC2000A Conad fa un passo verso una distribuzione più smart e strizza l'occhio alle soluzioni più comode per il consumatore con un rilievo particolare all'offerta dei freschissimi. Il debutto nel cuore di Roma, nel centro storico Rione Colonna, in via di Capo le Case, tra Piazza Barberini e Piazza di Spagna. Un punto vendita da 180 metri quadri di cui 45 riservati al reparto ortofrutta, disposto all'ingresso del negozio. Appena si mette piede nel **Todis** Rione Colonna si viene accolti dall'addetto del reparto ortofrutta, pronto a preparare una spremuta di arance fresche con la macchina Zumex. Domina il reparto un'isola centrale, dove è sempre presente un addetto

dedicato alla preparazione di soluzioni a base di frutta e verdura, per un pasto fresco e gustoso con i sapori di stagione. Nel murale refrigerato le principali referenze di IV e V Gamma e nel reparto evidenza per i prodotti della linea A tutto Sapore, frutta e verdura selezionate da **Todis** nell'ottica di offrire ai clienti un gusto eccellente. **Todis** Rione Colonna - un punto vendita totalmente innovativo rispetto agli oltre 263 dell'insegna, distribuiti nelle regioni del Centro-Sud - è stato pensato per ottimizzare al massimo l'esperienza d'acquisto del cliente non solo residente, ma anche per chi lavora in zona, per i turisti e per rivoluzionare ulteriormente il concetto di spesa di prossimità. "**Todis** Rione Colonna è stato studiato per essere un punto vendita smart, con un assortimento più snello e con un focus mirato sui reparti freschi con cibi ready to eat e sul food to go - spiega Massimo Lucentini, direttore generale **Todis** - Un concept più

vicino alle differenti richieste dei clienti per un acquisto facile e informale, con prodotti pronti per pasti veloci. L'80% della nostra rete opera nella prossimità assoluta, dobbiamo per questo rispondere in modo sempre più reattivo alle evoluzioni del mercato in cui ci andiamo a collocare, con format che rispecchino al meglio le esigenze del momento dei consumatori, sfruttando la dimensione di filiera corta. Negli ultimi anni abbiamo capito che offrire un prodotto di sala con le nostre marche made in Italy, di qualità e al prezzo giusto, con un'offerta nei freschi al pari di un supermercato tradizionale, costituisce un importante vantaggio competitivo rispetto ad altri operatori della grande distribuzione". Il layout del nuovo punto vendita è caratterizzato da una accurata ricerca dei dettagli, dalle luci calde e accoglienti e da una pavimentazione che ricorda le antiche strade romane del centro, lastricate di

pietra: un'atmosfera che immerge immediatamente il cliente nel quartiere storico della città eterna. Oltre alla tradizione anche la tecnologia accompagna e facilita l'acquisto grazie alla presenza di numerosi video led e un device per poter visionare, ad esempio, tutte le caratteristiche dell'offerta vinicola. E ancora la presenza di un totem per potere ricaricare il telefono, fare pagamenti PagoPA, comprare Gift Card e la possibilità di ritirare pacchi nell'Amazon Locker completano l'esperienza d'acquisto. Nel nuovo punto vendita **Todis** Rione, inoltre, la comunicazione al cliente è rigorosamente bilingue - in italiano e in inglese - per andare incontro alle esigenze dei tanti turisti che animano il quartiere, il tutto enfatizzato da un friendly tone of voice che richiama modi di dire tipici italiani. **Todis** ha chiuso il 2020 con un fatturato di oltre 870 milioni di euro, con un trend di crescita che sfiora il 13% sulla rete totale, e una quota di mercato del 4% nel canale convenienza. Anche il trend delle vendite a parità di rete si conferma in aumento, con un incremento del 7%. Negli ultimi 5 anni, il sell out dell'insegna ha registrato una costante crescita con un cumulo pari al 48% (tra il 2015 e il 2019) e il numero di punti vendita è

cresciuto nello stesso periodo del 30%. L'insegna sviluppa il suo business con la formula franchising attraverso l'expertise di oltre 200 imprenditori. L'assortimento di **Todis** è composto principalmente dalla Mmd - circa 2000 referenze - che incide con marchi in esclusiva per il 75% sul fatturato e con una percentuale di fornitori italiani del 97%. Copyright 2021 Italiafruit News Maicol Mercuriali Editor in Chief maicol@italiafruit.net