

Nasce **Todis** Rione Colonna: un innovativo punto vendita nel centro dello storico Rione romano

LINK: <https://www.gdonews.it/2021/09/30/nasce-todis-rione-colonna-un-innovativo-punto-vendita-nel-centro-dello-storico-rione-romano/>

Todis, insegna italiana controllata dalla cooperativa PAC2000A Conad e operante nella grande distribuzione organizzata, approda nel cuore di Roma, aprendo un nuovo punto vendita nel centro storico Rione Colonna, in Via di Capo le Case, tra Piazza Barberini e Piazza di Spagna. Un punto vendita totalmente innovativo rispetto agli oltre 263 distribuiti in 10 regioni del centro-sud d'Italia, di cui 136 solo nel Lazio. Il nuovo format, che si chiamerà **Todis** Rione, nello specifico **Todis** Rione Colonna, dal nome del Rione che lo ospita, 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 che, sin dalla nascita negli anni '90, contraddistingue le scelte strategiche di distribuzione dell'insegna a marca privata. "**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". Un concept più vicino alle differenti richieste dei clienti per un acquisto facile e informale, con prodotti pronti per pasti veloci" - ha dichiarato Massimo Lucentini, Direttore Generale **Todis**. "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 leade un device per poter visionare, ad esempio, tutte le caratteristiche dell'offerta vinicola. E ancora la presenza di un totem per poter 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. "L'apertura del nuovo punto vendita, nel nucleo storico di Roma, rappresenta un ulteriore importante traguardo della strategia di sviluppo a macchia d'olio che stiamo avviando per incrementare la nostra presenza nel cuore dei centri urbani" - ha concluso Massimo Lucentini

- "La nostra formula di supermercato di prossimità monomarca , basato su un assortimento fatto di Private Label, risulta sempre più apprezzata dai consumatori: in regioni come Umbria , Lazio e A b r u z z o , c i posizioniamo tra i primi operatori del mercato".
Todisha 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 cumulato 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%.