

> PLAYERS

# TODIS, EVOLUZIONE IN CORSO

NUOVE APERTURE, RISTRUTTURAZIONI, ESPANSIONE DELLA MARCA PRIVATA: ALL-IN PER L'INSEGNA DELL'ORBITA CONAD, CHE AGGIUNGE IL FORMAT TODIS RIONE ALLA SUA RETE DI VENDITA

Andrea Torelli



"Todis Rione rappresenta un altro traguardo della strategia di presidio dei centri urbani"

Massimo Lucentini  
Direttore Generale  
Todis

In un'epoca in cui le ibridazioni sono all'ordine del giorno, dalla tecnologia all'automotive, passando per il retail, la formula commerciale individuata da Todis è più che mai d'attualità. Non propriamente un discount, né un supermercato 'tradizionale'. Un ibrido, appunto. Un modello incentrato su convenienza e monomarca che l'insegna di proprietà della Iges sta affinando di anno in anno, inserendo progressivamente nuove 'molecole' nel proprio Dna: dalle aperture alle ristrutturazioni, passando per il neonato format urbano Todis Rione. Il tutto in uno scenario di mercato sempre più sfidante. "Mai come nel 2021 la costruzione del budget è stata caratterizzata da una serie di incognite che ci avevano indotto, a fine 2020, ad assumere un atteggiamento estremamente cauto nelle previsioni – esordisce Massimo Lucentini, Direttore Generale Todis –. A consuntivo possiamo tirare un respiro di sollievo, considerando che le controcifre del 2021 riferite alla rete omogenea hanno avuto un andamento superiore alle nostre aspettative, conservando di fatto i numeri realizzati nell'anno dei lockdown (Todis ha realizzato 860 milioni di euro di fatturato nel 2020 e le stime per il 2021 parlano di 900 milioni, ndr). Per noi è un fatto estremamente incoraggiante, poiché ci dimostra che parte della nuova clientela acquisita durante il 2020, quella che ci aveva preferito per il nostro posizionamento di prossimità, ci ha scelto ancora come punto vendita di riferimento. Nel triennio 2019-2021 abbiamo investito circa 33 milioni di euro tra Iges e affiliati, questa cifra comprende le nuove aperture, i restyling (Iges + Sodisi) e l'acquisto e la ristrutturazione dei punti vendita ex Gruppo Meridi".

## RIPARTENZA SPRINT

Per Todis il 2021 non è stato soltanto un anno di 'apertura' metaforico. Tante, infatti, sono state le inaugurazioni negli ultimi 12 mesi, compresi gli esordi romani dei primi due punti vendita di Todis Rione. "In totale, a oggi (l'intervista è stata realizzata a metà dicembre, ndr) contiamo 27 nuove



aperture - prosegue Lucentini -, di cui 12 concentrate nel territorio siciliano, più precisamente su Palermo e provincia, grazie all'acquisizione di altrettanti punti vendita parte dell'ex Gruppo Meridi, a insegna Fortè. L'operazione ci rende molto orgogliosi, perché incrementa la nostra presenza nel Sud Italia, garantendo anche preziosi posti di lavoro, e perché dimostra l'efficienza della macchina operativa **Todis**, che ci ha permesso di realizzare con successo 12 aperture in soli due mesi. **Da segnalare, in particolare, la nascita del nuovo format Todis Rione**: un punto vendita innovativo rispetto agli oltre 270 distribuiti in 10 regioni del Centro-Sud, di cui 136 solo nel Lazio. **È stato pensato per ottimizzare l'esperienza d'acquisto per i clienti residenti e per coloro che lavorano in zona, ma anche per i turisti** (non a caso la comunicazione in store è in italiano e in inglese, il layout è caratterizzato dalla cura dei dettagli, dalle luci calde alla pavimentazione, e da vari supporti tecnologici, tra cui un totem per poter ricaricare il telefono, fare pagamenti PagoPA, comprare Gift Card, oltre alla presenza di un Amazon Locker, ndr). La nascita di **Todis Rione** rivoluziona ulteriormente il concetto di spesa di prossimità che, sin dalla nascita negli anni '90, ci contraddistingue. Oggi contiamo due punti vendita a Roma: uno nei pressi di Piazza di Spagna, **Todis Rione Colonna**, e uno in Piazza Ippolito Nievo, **Todis Rione Trastevere**".

## IL FRESCO PAGA

Sul piano dell'assortimento, la scelta di **Todis** di puntare sulla prossimità trova conferma nella preponderanza, all'interno dell'economia generale, dei reparti freschi, individuati dall'insegna tra i principali artefici della fidelizzazione della clientela. "I consumi stanno tornando alla normalità - analizza Lucentini -. Assistiamo a una riduzione dello scontrino medio e a un ritorno alla regolare frequenza d'acquisto. Il fatto positivo per il settore freschi è il significativo aumento della penetrazione dei reparti: **è come se chi avesse acquistato per necessità i freschi Todis durante la pandemia, abbia poi scelto la nostra insegna come riferimento su questa tipologia di prodotti**. In generale, il nostro assortimento supera le 3mila referenze ed è orientato al servizio e ai freschi, dall'ortofrutta ai banchi assistiti di carni e gastronomia. Per la Mdd

## Todis in cifre

Fatturato 2020	860 milioni di euro
Trend fatturato 2020	+14% circa (totale rete)
Trend delle vendite 2020 a parità di rete	+7,3% (settimana 48)
Fatturato stimato 2021	900 milioni di euro
Trend fatturato stimato 2021	+1,42%
Trend delle vendite 2021 a parità di rete	-0,18%
Fatturato previsto 2022	950 milioni di euro
Superficie di vendita complessiva	150.000 mq circa
Produttività a mq	20.000 euro in alcuni punti vendita dell'area romana
Quota di mercato a livello nazionale	4% (canale discount)
Regioni presidiate	11
Quota di mercato a livello regionale	8,30% sulle 11 regioni
N. punti vendita	Oltre 270
N. nuove aperture programmate nel 2022	21
N. medio referenze in assortimento	Oltre 3.000
Incidenza Mdd sulle vendite	>70% a valore
N. titolari carta fedeltà	Circa il 15%
Punti di contatto online	<a href="http://www.todis.it">www.todis.it</a> ; social: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube

Fonte: dati aziendali

## Nel cuore della città e dei consumatori

L'80% della rete **Todis** opera nella prossimità. Da qui la scelta di sviluppare il nuovo format per i centri storici urbani. **"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 - commenta 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'apertura rappresenta un ulteriore traguardo della strategia di sviluppo a macchia d'olio finalizzata a incrementare la nostra presenza nel cuore dei centri urbani".

> PLAYERS

## Mdd, la famiglia si allarga

La private label incide per il 75% sul totale giro d'affari di **Todis**, la percentuale restante è frutto per lo più di marchi in esclusiva o di fantasia. "Recentemente ha esordito la nuova linea di pasticceria secca e sostituti del pane La Ghiottoneria - racconta **Massimo Lucentini, Direttore Generale Todis** - composta da prodotti artigianali acquistati da fornitori locali (taralli di Puglia, ciambelle col vino del Lazio, ecc.). **Nel 2022 lanceremo una linea di alimenti proteici nel reparto gastronomia, all'interno del segmento ready to eat, e faremo uno switch dei salumi take away sull'antibiotic free.** Nell'ortofrutta amplieremo la linea A tutto Sapore: fragole, clementine, arance Navel e peperoni ad alta digeribilità ed elevato grado Brix sono le prossime new entry. Per le carni proporremo una linea di hamburger con il marchio Ads".



seguiamo i trend di mercato, cercando di soddisfare tutte le diverse esigenze dei nostri consumatori. Un esempio di questa filosofia è l'inserimento nella linea di merendine Tesori del Forno della referenza plumcake allo yogurt alla greca: la prima nel panorama della private label. **Su frutta secca, cereali e legumi diamo ampio spazio ai prodotti sfusi. In tutti i settori gli assortimenti sono ampi e profondi, ma al contempo snelli.** Nei nostri punti vendita i clienti possono trovare un ottimo rapporto qualità/prezzo, senza rinunce e con un occhio rivolto alle tendenze del momento".

### RINFORZARE LA RETE IN VISTA DEL FUTURO

I piani di sviluppo per le **nuove aperture del 2022 prevedono investimenti per 6 milioni di euro come Iges**, a cui si aggiungeranno gli esborsi sostenuti direttamente dagli imprenditori e gli investimenti che prevede Addis, la joint venture con Conad Adriatico. "Continueremo ad ampliare la rete con particolare attenzione alla Sicilia e alla Campania - fa sapere Lucentini -. **Nel 2022 pensiamo di investire 3 milioni di euro per ristrutturare i punti vendita di proprietà. A questa somma si aggiungeranno altri 4 milioni per le ristrutturazioni di negozi affiliati, per i quali supervisioneremo i lavori.** Nel complesso le ristrutturazioni riguarderanno circa il 10% della rete totale. Per tutta una



75%

L'incidenza della **Mdd** sul giro d'affari di **Todis**. Nel 2022 sono previsti lanci nei segmenti **ready to eat** e **ortofrutta**

serie di motivi, anche il 2022 sarà un anno ricco di incognite: dall'evoluzione della pandemia al fenomeno inflattivo, che sta creando forti tensioni sui prezzi di acquisto dei generi alimentari e non solo. Non so per quanto ancora il retail potrà fungere da cuscinetto rispetto ai prezzi al consumo. **Il rischio è che, una volta trasferiti sui clienti gli aumenti che stiamo incassando, avremo un impatto negativo sui consumi delle famiglie, alimentati anche dall'aumento delle bollette energetiche.** Tale contesto rende molto più aleatorie le stime sugli andamenti delle vendite, ma abbiamo una serie di strategie nel breve che dovrebbero sostenere la nostra crescita. Le tensioni sui listini sono notevoli soprattutto per pasta, derivati del grano, olio e tutti i prodotti confezionati in plastica o carta. Al momento, stiamo assorbendo le richieste di aumento investendo marginalità, la risalita dei prezzi alla vendita dipenderà molto dalle prossime rilevazioni della concorrenza e dai movimenti del mercato. In ogni caso, i rinnovi con i fornitori procedono regolarmente. A mio avviso **il discount garantirà, come del resto già sta facendo, una convenienza complessiva del carrello della spesa rispetto alla Gdo, che potrebbe essere penalizzata dall'erosione dei margini nei prodotti di marca.** Il discount sta mutando pelle, il nostro compito è comunicarlo nel migliore dei modi". ■

© Riproduzione Riservata