

Hard discount, **Todis** investe 25 milioni per 22 nuovi negozi

Grande distribuzione

La catena che fa capo al gruppo Conad punta sulle regioni del Sud

Enrico Netti

«Dopo avere chiuso il 2021 con vendite pari a oltre 903 milioni **To-dis** punta a raggiungere il miliardo di ricavi entro il 2023». A dirlo è Massimo Lucentini, direttore generale di **Todis**, catena di discount in franchising presente nel Mezzogiorno di proprietà di Iges Srl, società controllata dalla cooperativa Pac2000A Conad. Il 2021 ha visto l'insegna consolidare la crescita al 7,5% a parità di perimetro.

Il format scelto da **Todis** è quello di un discount di prossimità con l'offerta di prodotti incentrata sulle private label oltre alla specializzazione nei freschi. «L'assortimento a marca privata conta oltre 3mila prodotti praticamente tutti di fornitori italiani e stiamo lavorando per introdurre nuovi nostri marchi per il fresco e l'ortofrutta in particolare - continua Lucentini -. Pur operando nel Centro-Sud siamo al sesto posto tra i discount con una quota di mercato del 4,1% che supera il 16% in alcune regioni del Mezzogiorno».

Sul tema caldo dell'inflazione il dg spiega che si cerca di riversare il meno possibile gli aumenti sul prezzo al pubblico andando a lavorare sui propri margini. Lavoro non facile perché «il costo più importante, quello energetico, è la terza voce per

il punto vendita e quindi a carico dell'affiliato ed ha eroso ad oggi fino a un punto percentuale del proprio conto economico. Per questo siamo cercando di andare incontro ai nostri imprenditori cercando di migliorare le marginalità». Per quanto riguarda l'assortimento negli ultimi mesi sono stati introdotti prodotti di fascia intermedia, tra il premium e quelli di massa «strategia che ci ha permesso di aumentare il livello qualitativo e il valore del carrello medio. Quest'anno continueremo il piano di revisione dell'assortimento per aumentare la segmentazione dello scaffale, puntando su prezzo e



Lucentini: «Nel 2021 le vendite totali sono salite a quota 903 milioni, obiettivo un miliardo nel 2023»

qualità, su freschezza e regionalità dei prodotti».

Per il 2022 si prosegue con la strategia di sviluppo nei centri urbani. «Prevediamo di aprire 22 nuovi punti vendita e di investire circa 25 milioni tra aperture e restyling sia di nostri punti vendita di proprietà che di negozi affiliati, oltre ad intensificare il presidio in regioni come la Campania e la Sicilia» continua Lucentini. Essere nel perimetro Pac2000A di Conad aiuta sul fronte delle economie di scala. «Carni, ortofrutta, prodotti freschi e l'energia sono acquistati attraverso la centrale di Conad mentre per tutti gli altri prodotti ci muoviamo indipendentemente» conclude Lucentini.

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

