

RETAIL

## BUYER - TODIS



### ➤ I monoporzionati vincono

I punti vendita **Todis** propongono in media trenta referenze di caffè, tra grani, capsule, cialde e macinato. Ma qual è l'andamento del comparto? "Dopo le vendite straordinarie del 2020 influenzate dal consumo domestico - risponde **Pietro Monteforte, Category manager Todis** -, il 2021 ha iniziato a risentire del ritorno dell'abitudine a consumare caffè al bar e fuori casa. E anche nei primi mesi del 2022 si conferma questa tendenza. In questo contesto, il segmento che performa meglio è sicuramente quello delle capsule, che dal 2021, insieme alle cialde, sta scalzando in termini di trend il macinato, che rappresenta comunque la fetta più grande dei consumi".

### ➤ Spazio agli specialty coffee

Per migliorare la leggibilità dello scaffale per i consumatori e ottimizzare gli spazi, **Todis** progetta il display attraverso software dedicati. Inoltre, declina la sua offerta su alcune referenze per soddisfare le aspettative

di specifici gusti differenti tra tra le diverse regioni in cui è presente. "Le scelte assortimentali - spiega Monteforte - avvengono studiando i dati di mercato e dal quotidiano confronto con i nostri affiliati e fornitori, oltre ovviamente alle possibili intuizioni legate ai trend emergenti. In ogni caso, alla base delle scelte c'è sempre il controllo qualità e il costante bilanciamento tra qualità e convenienza. Infatti, abbiamo introdotto i caffè con diverse miscele e stiamo realizzando progetti a marchio all'interno della nostra linea premium Arte delle Specialità".

### ➤ Il caffè è quasi solo Mdd

L'offerta di caffè in **Todis** ruota attorno alla PI, a eccezione di due item di grandi marche leader nelle aree in cui opera l'insegna, trattati con una logica di every day low price. Nell'offerta a Mdd, copre sia la fascia mainstream con il brand Rafale sia quella premium con Arte delle Specialità. **Todis**, di recente, ha anche aggiunto i pack grandi formati, con 50

capsule. Ma questa non è l'unica novità: "Da poco - informa Monteforte - abbiamo introdotto le capsule compostabili e stiamo valutando l'inserimento di cialde e capsule nella linea premium: anche in questo caso realizzate con materiali sostenibili e compostabili a patto che, trattandosi di prodotti premium, siano capaci di preservare al meglio la qualità del caffè".

### ➤ Il futuro è monorigine e sostenibile

In avvenire si registrerà un interesse sempre più forte per le miscele monorigine e ci sarà una ricerca costante di blend nuovi, per la fascia alta del mercato, e di prodotti attenti alla sostenibilità delle produzioni. "La sostenibilità oggi è diventata molto importante per questo comparto - dichiara Monteforte - e non passa solo dal pack, ma anche dalle fonti controllate e dalle filiere di approvvigionamento: di qui la nascita e l'interesse verso mercati come quello del caffè equosolidale".

