

BUYER - TODIS



Ok, il prezzo è giusto

Rispetto al 2020, in **Todis** il reparto della pasta nel 2021 ha registrato un incremento del fatturato del +1,4 per cento. "La richiesta di pasta da parte degli italiani è aumentata – sostiene **Francesco Iuculano, Responsabile commerciale Todis** –: da un lato per effetto dei maggiori consumi domestici legati alla pandemia, dall'altro per un'attenzione verso i prodotti essenziali della dieta mediterranea. In **Todis** abbiamo lavorato molto sull'assortimento andando a implementare in tutti i reparti di pasta proposte dall'ottimo rapporto qualità/prezzo: dalle referenze con grano 100% italiano a quelle premium di Arte delle specialità, come gnocchi di patate del Fucino e paste ripiene sempre caratterizzate dall'italianità e da plus importanti d'ingredientistica. Stiamo cercando di utilizzare questo approccio per tutti i segmenti, spostando sempre di più il paradigma del conveniente verso il prezzo giusto di una qualità reale e percepita dai consumatori".

In test la pasta proteica Mdd

In media sono 130 le referenze di pasta secca nei punti vendita **Todis**, mentre 40 quelle di pasta fresca. L'offerta **PI** presidia il segmento mainstream con Cuore Mediterraneo, la fascia intermedia con le proposte di Cuore Mediterraneo realizzate con grano 100% italiano (novità 2021 per il mondo della pasta fresca e secca), poi la premium, con Arte delle Specialità, che comprende referenze di pasta di Gragnano Igp trafilata al bronzo e infine il biologico e il senza glutine. "Possiamo dire – afferma Iuculano – che la totalità del nostro assortimento è presidiato dalla **PI**. Abbiamo in test anche la pasta proteica".

Attenzione, pericolo inflazione

In questo momento, la criticità più rilevante è rappresentata dall'inflazione, che sta costringendo tutta la distribuzione a rivedere con frequenza i prezzi a scaffale. "Il tema ci preoccupa – dice Iuculano –, ma in una categoria come quella della pasta, il cui valo-

re è stato svilito negli anni, questo fenomeno potrà forse aiutare il comparto ad assumere un posizionamento più consono e corretto per il suo reale valore, trattandosi del principale alimento della dieta del nostro Paese".

Pasta fresca e stagionalità, binomio perfetto

Il 2021 è stato positivo pure per la pasta fresca, con +6,4% sul fatturato: un trend che si conferma anche nei primi mesi del 2022 (+4,9%). Ma quali sono le sfide future per questo comparto? "Offrire un assortimento che dia ai consumatori la possibilità di seguire la stagionalità sia le mode del momento – dichiara Iuculano –. Se pensiamo alla pasta ripiena, oltre ai ripieni classici, deve necessariamente avere delle declinazioni nel corso dell'anno in grado d'incuriosire i consumatori e, nel contempo, seguire le mode. Basti pensare ai programmi tv che per la pasta fresca e ripiena, in particolare, spingono a cercare accostamenti culinari sempre più ricercati".

La proprietà intellettuale "A" riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa "A" da intendersi per uso privato

