

TODIS PER LA *SOSTENIBILITÀ* 2022



LETTERA DEL DIRETTORE GENERALE

Cari lettori,

come ogni anno, il documento dedicato alla sostenibilità rappresenta un'occasione unica per condividere la strada percorsa fino ad oggi e riflettere sulle strategie adottate per ottenere un risvolto positivo sui nostri affiliati, fornitori, sull'ambiente e sulle Comunità in cui operiamo per costruire ogni giorno un valore aggiunto per i nostri clienti.

Il 2022 è stato l'anno della riapertura e siamo orgogliosi di potere affermare che ci ha riservato molte soddisfazioni. Troviamo, infatti, rafforzato il nostro posizionamento come supermercato monomarca orientato ai freschi e alla prossimità, e ci piace pensare che Todis abbia rappresentato una garanzia di qualità, convenienza, eticità, e trasparenza.

Nella nostra strategia è sempre più rilevante il costante investimento che attuiamo, sia in termini quantitativi che qualitativi, sui nostri prodotti a marca privata, **oltre 3.000 referenze**, puntando su assortimenti diversificati e d'eccellenza e su un'ampia offerta di prodotti del territorio. Un lavoro frutto anche di un'accurata selezione di fornitori italiani che utilizzano materie prime certificate per un processo di filiera sempre più *ecofriendly*.



L'attenzione all'ambiente è stato il filo conduttore di molte attività che abbiamo avviato nell'ultimo anno: una campagna per sostenere i nostri affiliati ad affidarsi a fonti di energia rinnovabili; l'adozione di packaging realizzati con "Social Plastic", un'innovativa plastica riciclata con un ruolo sia ecologico che sociale; la messa in funzione dell'impianto fotovoltaico di 500kW presso il centro di distribuzione di Riano che lo rende autosufficiente sul piano energetico.

Anche sul fronte dello sviluppo della rete, abbiamo raggiunto importanti risultati: nel 2022 abbiamo aperto 23 nuovi punti vendita, raggiungendo gli oltre 280 store, garantendo così una presenza sempre più capillare nelle 10 Regioni del Centro-Sud Italia che presidiamo.

Continueremo, inoltre, ad investire sul miglioramento continuo dei nostri processi aziendali, proseguendo il nostro percorso di formazione *Todis Management* per rendere i nostri collaboratori sempre più aggiornati e proattivi nel rispondere alle tante sfide e cambiamenti che interesseranno il mercato del Retail.

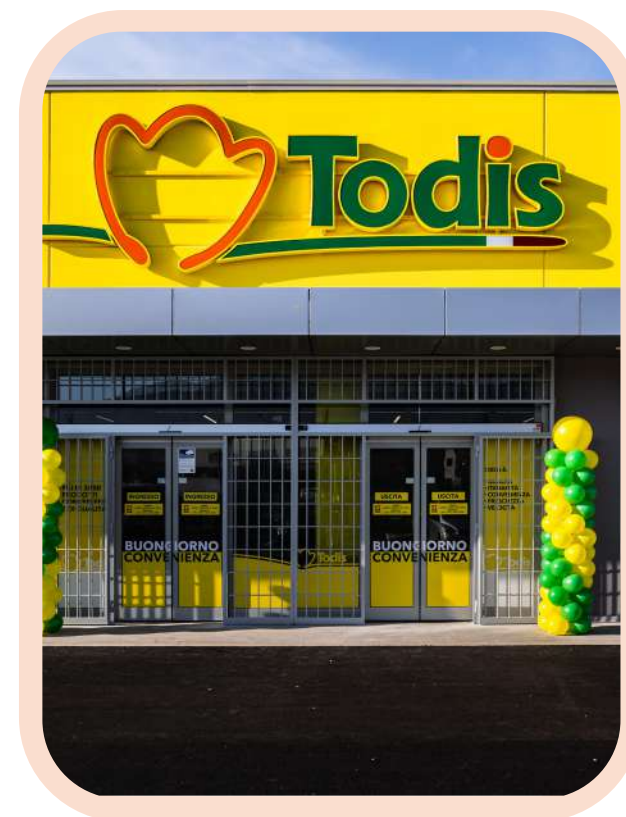
Il 2023 si sta rivelando un anno molto impegnativo per l'economia degli italiani. Riteniamo, soprattutto per un canale convenienza come il nostro, che nonostante le difficoltà che sappiamo di dover affrontare a livello globale, quest'anno potrà consolidare l'affezione alla Mdd di molti consumatori che troveranno nella nostra Marca e in quella della distribuzione il giusto connubio tra qualità e prezzo. Per questo possiamo garantirvi che lavoreremo ancora più intensamente per rendere Todis un luogo accogliente e sicuro dove fare la spesa.

Buona lettura,
Massimo Lucentini



L'AZIENDA

- La storia del marchio Todis nasce dalla trasformazione della precedente insegna Topdì (“Top Discount”) all’inizio degli anni '90.
- E' un insegna di supermercati a marca privata facente parte di Iges Srl, società controllata al 100% dalla Cooperativa PAC2000A Conad e sviluppa il suo business prevalentemente attraverso la formula franchising, ma anche direttamente con negozi di proprietà insieme alla partecipata Addis Srl (joint venture di Conad Adriatico).
- L'organizzazione sul territorio si articola in 4 poli logistici, distribuiti nel Centro-Sud Italia, che riforniscono ogni giorno i punti vendita di competenza, per garantire prodotti freschi e un assortimento completo.
- La Direzione Generale si trova a Fiano Romano, in provincia di Roma, e conta oltre **100 dipendenti**.
- L'attività di distribuzione e di vendita di Todis è costituita per oltre il **90%** da prodotti a marchio proprio, **oltre 30**, con solo **40 referenze** di grandi marche industriali.
- L'assortimento include per la maggiore parte prodotti alimentari, ma anche un reparto “bazar” con articoli per la casa, la persona e il giardinaggio.



La nostra Mission

Selezionare prodotti e produttori per la marca privata di qualità e al giusto prezzo.

Privilegiare i prodotti freschi e provenienti dai nostri territori.

Lavorare ogni giorno in partnership con i nostri imprenditori.



La nostra Vision

Essere il luogo più accogliente dove fare la spesa e dove trovare prodotti italiani buoni, genuini e alla portata di tutti.



Il nostro Purpose

Per dare a tutti la possibilità di migliorare la **qualità della vita** e far **fiorire l'economia locale** per le **generazioni di oggi e domani.**

I nostri Valori

Trasparenza e integrità
Senso di responsabilità per il bene comune
Appartenenza e Lealtà
Generosità e vicinanza
Miglioramento continuo con ottimismo e fiducia nel futuro.



TODIS: I NUMERI 2022



285
PUNTI VENDITA
NEL CENTRO-SUD
ITALIA



218
IMPRENDITORI
FRANCHISOR



+3.000
REFERENZE
A MARCHIO
PROPRIO



4,1%
QUOTA DI MERCATO A
LIVELLO NAZIONALE
FONTE: NIELSEN



23
NUOVE
APERTURE



+1,06
ML DI VENDITE
ALLE CASSE

+12%
RISPETTO AL 2021



+4.000
COLLABORATORI



10
REGIONI
D'ITALIA



Diamo la priorità a prodotti tipici del territorio, selezionando fornitori locali che garantiscono, grazie a una filiera sempre più corta, qualità, freschezza ed economicità.

LA SELEZIONE dei fornitori a marchio privato avviene secondo criteri ben precisi che riguardano:

- l'utilizzo di parametri etico-ambientali;
- requisiti di qualità, salute e sicurezza dei prodotti;
- vicinanza al punto vendita per ridurre l'impatto sui trasporti.

I fornitori per noi sono veri e propri partner con cui sviluppiamo progetti comuni per il consumatore da veicolare con la nostra marca privata. Avviamo rapporti di collaborazione a lungo termine basati sui principi della trasparenza, della fiducia e della correttezza, sempre nel rispetto dei conti economici di tutti i soggetti interessati. **L'obiettivo comune è sia soddisfare i clienti finali che creare valore sulla filiera a beneficio di ciascuno:** non siamo un'azienda che opera con logiche di aste al ribasso o altre attività di questo tipo. *Francesco Iuculano, Responsabile Commerciale Todis*



IL CONTROLLO DELLA FILIERA prevede il costante aggiornamento delle certificazioni e dei capitoli dei prodotti, attraverso visite e ispezioni presso gli stabilimenti e prove e campionamenti dei prodotti con analisi microbiologiche, chimiche e qualitative.

FORNITORI

Nel 2022, Todis ha effettuato presso i suoi laboratori di riferimento facenti parte di Accredia, Associazione riconosciuta che opera sotto la vigilanza del Ministero dello Sviluppo Economico, più di **2.000 analisi** per verificare la qualità igienico-sanitaria dei fornitori e **oltre 200 panel test** tecnici sui suoi prodotti a marchio.



Todis adotta politiche e strategie per garantire il **RISPETTO DEL BENESSERE ANIMALE** lungo tutta la filiera produttiva. L'insegna pone particolare attenzione all'aspetto che riguarda la **gestione responsabile degli agrofarmaci** a salvaguardia degli habitat naturali. Inoltre, i suoi fornitori hanno ottenuto importanti certificazioni sia per i prodotti di pesce fresco/pescato che di quello allevato sia per tutte le referenze di conserve ittiche a marchio privato.



L'accordo con **PASCOL** per un consumo sempre più sostenibile e consapevole della carne.

- Nel 2022, la linea di referenze enogastronomiche *L'Arte delle Specialità* ha inserito una selezione di carni di qualità in co-branding con la start-up italiana **Pascal** che opera secondo un modello di produzione sostenibile, ricorrendo a metodologie di allevamento estensive e semi-estensive a basso impatto ambientale. L'Azienda prevede l'ammissione di soli allevamenti di animali liberi di pascolare all'aperto presenti in Lombardia, Piemonte, Trentino, Emilia Romagna e Abruzzo.



Numeri 2022



850
FORNITORI



830
FORNITORI
ITALIANI



340
PRODOTTI
A MARCHIO
ITALIANO

INNOVAZIONE

Per Todis sviluppare un nuovo prodotto significa innanzitutto **comprendere e anticipare i bisogni espressi dal mercato** con l'obiettivo di migliorare l'offerta destinata ai clienti, proponendo loro qualità, freschezza e sicurezza alimentare a prezzi competitivi.

Ascoltare il cliente, anticipando le sue esigenze, è da sempre la nostra mission. Nello studio di nuovi prodotti da inserire, sviluppare partnership di successo significa sfruttare soluzioni end-to-end che permettono ai nostri team di sviluppo di collaborare con i fornitori in modo efficiente ed efficace su nuovi progetti di prodotto.

Pietro Monteforte, Category Manager Todis



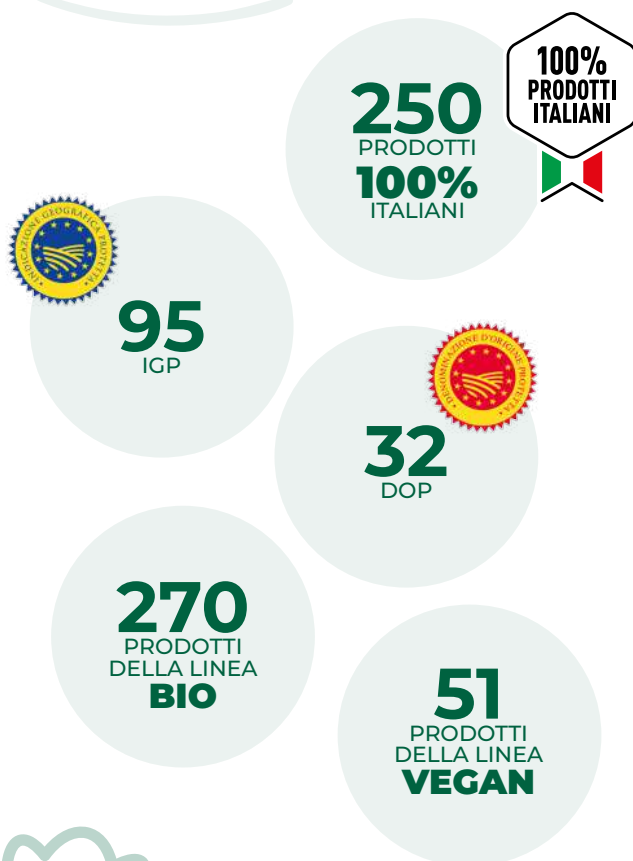
Prodotti sostenibili, Vegan e Cruelty Free che godono di diverse certificazioni ambientali, come **FSC e PEFC**, standard creati con l'obiettivo di proteggere le foreste da uno sfruttamento insostenibile, tutelando e garantendo una corretta gestione del patrimonio boschivo.



TODIS: L'ASSORTIMENTO 2022



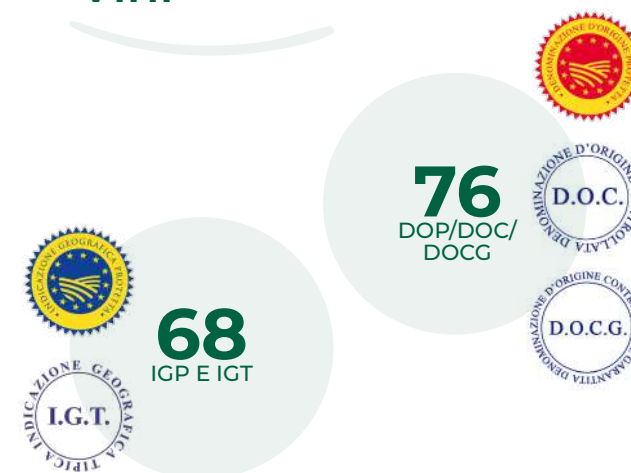
Generi vari



Gastronomia Macelleria Ortofrutta



Vini



Vogliamo essere parte attiva delle abitudini alimentari dei nostri clienti, garantendo massima sicurezza e tracciabilità sui prodotti con un assortimento ampio e profondo e sempre più sostenibile.

La SICUREZZA è garantita dalla presenza di una Direzione Qualità facente capo alla Sede Centrale e composta da risorse specializzate e qualificate nella gestione di tutti gli aspetti relativi alle tematiche igienico-sanitarie.

Siamo consapevoli di rivestire un ruolo di grande responsabilità e per questo **dobbiamo compiere scelte che abbiano ricadute positive** sulle comunità in cui operiamo. Con i nostri fornitori dialoghiamo quotidianamente con l'obiettivo comune di soddisfare le esigenze dei nostri clienti in termini di qualità e sicurezza.

Marco De Angelis, Responsabile Qualità Todis



Nel 2022, Todis ha gestito un numero limitato di reclami da parte dei clienti, evadendo il **100%** delle segnalazioni, nell'arco di 24-48 ore, fornendo spiegazioni dettagliate e approfondimenti in tempo reale su eventuali azioni da intraprendere.

La TRASPARENZA è una delle caratteristiche principali del modo con cui Todis dialoga con i suoi clienti, attraverso:

- Etichette **INTUITIVE, RICONOSCIBILI, COMPRENSIBILI** indicanti i valori salutistici e ambientali dei prodotti a marchio.

- **IL BLOG E I CANALI SOCIAL** per restare sempre aggiornati su attività, collaborazioni e nuovi prodotti: una comunicazione tempestiva sul mondo Todis arricchita da consigli e suggerimenti su ricette di cucina, benessere alimentare e molto altro.



- **VOLANTINI IN TUTTI I PUNTI VENDITA**, disponibili anche online sul sito Todis.it, con informazioni relative alle promozioni della settimana e con la possibilità di scansionare QR code che rimandano a pagine di approfondimento.

Nel 2022 nasce **IL PRIMO CATALOGO TODIS**: un progetto editoriale disponibile in alcuni periodi dell'anno e distribuito in tutti i punti vendita. Un'occasione **UNICA** per far conoscere meglio il mondo Todis, condividere nuovi progetti, ma anche un modo per intrattenere i clienti, durante le festività, con ricette, consigli, giochi e quiz.





IL DIGITALE SI METTE A SERVIZIO DEL CLIENTE, grazie a **Totem Multimediali** che permettono ai clienti di pagare le bollette di diversi operatori telefonici, della pubblica amministrazione, degli operatori energetici o di gestire gift card dei principali circuiti.

I Totem, dotati di un'interfaccia intuitiva di facile utilizzo, si possono utilizzare solo con strumenti digitali come bancomat, carte di credito o come Apple, Google Pay o ancora Satispay, non con il contante.

TODIS A CASA è il canale e-commerce dell'insegna che permette ai clienti di ricevere comodamente a casa o di ritirare nel punto vendita più vicino la spesa.

Il canale e-commerce, durante il periodo di pandemia, è cresciuto fino a **11 volte** a parità di rete, ma il peso relativo sul fatturato resta sempre entro il **3%**, con una crescita del **60%** rispetto al periodo pre-Covid. La maggiore incidenza sulle vendite è data dalla consegna a casa, che avviene attraverso un provider esterno e furgoni brandizzati Todis.



Il nuovo approccio digitale sempre più omnicanale del gruppo, su cui stiamo focalizzando la maggiore parte dei nostri **investimenti nel marketing**, ha l'obiettivo di rispondere in maniera più puntuale e contestuale alla continua evoluzione nel comportamento d'acquisto dei nostri clienti, più informati e connessi. **La strategia adottata sta portando soddisfacenti risultati: aumento della Brand Awareness, attivazione di iniziative drive to store e rinnovati rapporti con la nostra community di riferimento.** *Sara Pifferi, Responsabile Marketing Todis*



TRACCIABILITÀ E SOSTENIBILITÀ A MISURA DEL CLIENTE: LE BIO MELE

Da sempre Todis supporta l'economia locale, puntando su qualità e genuinità dei prodotti, per questo nel 2022 ha deciso di ampliare la sua linea *A Tutto Sapore* accogliendo tra i reparti dei freschissimi due nuove referenze di mele biologiche provenienti dall'Alto Adige: *Golden*, *Red Delicious* e *Gala*.



- Il progetto, avviato con **Vip Val Venosta**, vuole valorizzare l'offerta di mele biologiche coinvolgendo il consumatore per trasportarlo in un viaggio virtuale dal negozio al frutteto in Alto Adige. Ogni mela bio racconta, infatti, una storia: quella della sua filiera, che ogni cliente potrà scoprire grazie al QR code, presente sul retro di tutte le confezioni da scansionare con il proprio smartphone.

Il nostro reparto Ortofrutta ci sta dando grandi soddisfazioni, nel 2022 abbiamo raggiunto un'incidenza di quasi il 14.4% sul fatturato. La nostra profondità di gamma pensa sempre a un cliente evoluto e attento alla salute e all'ambiente. Utilizziamo una comunicazione sul punto vendita che mira a far percepire il valore aggiunto dei prodotti, i suoi benefici, il sapore, come consumarlo e conservarlo. Raccontare cosa c'è dietro ogni frutto dev'essere una priorità. *Pietro Fiore, Responsabile Ortofrutta Todis*



Numeri 2022



70
NUOVI PRODOTTI
LANCIATI SUL
MERCATO



60
REFERENZE
BIO



9
REFERENZE
VEGANE
(14,4% L'INCIDENZA
DEL REPARTO DEL
FATTURATO TOTALE)

**A TUTTO
SAPORE**

La linea *A Tutto Sapore* è il marchio di frutta e verdura Todis dal sapore gustoso e gratificante, grazie a un'attenta selezione e raccolta di prodotti, che ha il suo punto di forza proprio nel pieno rispetto delle naturali stagionalità. Le referenze passano attraverso un processo di **filiera corta** che garantisce qualità del prodotto e controllo. Tra la frutta *A Tutto Sapore*, **a seconda del periodo**, è possibile scegliere tra diversi tipi di arance, mele, pere, uva, meloni, kiwi, ananas, kaki, cocomeri, pesche e ciliegie. Tra i frutti selezionati non mancano anche quelli tropicali quali lime, papaya, mango, bananito e passion fruit.



**C'È CHI HA UN MARCHIO DI FABBRICA.
NOI NE ABBIAMO DECINE.**

I MARCHI

L'assortimento comprende principalmente prodotti alimentari a marca privata, circa **75%**, per un totale di **3.000 referenze**. I vari marchi, (**oltre 30**), che costituiscono la marca privata sono indispensabili al modello Todis.

Il marchio-insegna è comunque presente come firma di garanzia sul fondo di tutti i pack.

Todis ha anche dei marchi trasversali come *L'Arte delle Specialità* per il premium quality o *Solo Sano* per i *free from* che si muovono all'interno dell'assortimento. Ogni marchio, anche in associazione al suo pack design, contiene i valori che si vogliono trasferire al cliente.



Per il 2023 i driver strategici che guideranno le nostre scelte in tema di Marca Privata includeranno con sempre maggior convinzione: **l'ascolto del cliente; il presidio dell'italianità nella selezione dei fornitori; lo sviluppo sempre più approfondito della linea Bio,** l'offerta di referenze premium e l'attenzione alla sostenibilità: un elemento imprescindibile per la nostra insegna.

Francesco Iuculano, Responsabile Commerciale Todis



DA TODIS NON SI BUTTA NIENTE

Per sensibilizzare e coinvolgere i clienti sull'importanza della lotta contro lo spreco alimentare: un fenomeno sempre più in crescita in Italia con una media di **67kg** di alimenti per abitante buttati, l'insegna ha avviato la campagna "**ZERO SPRECO**".

Tutti i prodotti prossimi alla scadenza sono contrassegnati da un bollino che indica la percentuale di sconto, dal **30%** fino al **50%**, che sarà applicato direttamente alle casse.



TOO GOOD TO GO

Dal 2022, Todis fa parte di **Too Good To Go**, applicazione nata per contrastare lo spreco alimentare e per invogliare all'acquisto di prodotti invenduti, risparmiando e contribuendo a salvare la Terra.

L'app permette di vendere online, a prezzi scontati, il cibo invenduto tramite le Magic Box, confezioni contenenti prodotti e piatti pronti, scontate in media fra il 33% e il 50% del loro valore, quantità non sufficienti per essere ritirate dalle varie organizzazioni benefiche.



Too Good To Go

La campagna, avviata da Todis, ad oggi, ha ottenuto un'ottima user demand (save ratio 70%) per un totale di **1.500 Magic Box** consegnate al mese su **29 punti vendita coinvolti**.

PERSONE

Crediamo nelle persone, valorizzandone le competenze e promuovendone la crescita professionale, accompagnandole anche grazie a piani di formazione nella costruzione del loro futuro.



Nella sede centrale Iges Srl, a Fiano Romano, lavorano oltre **100 dipendenti** collocati in diversi dipartimenti: “Sviluppo e Tecnico”, “Commerciale Freschi e GV”, “Controllo Qualità”, “Marketing”, “Amministrazione”, “Acquisti e Logistica” e “Vendite”.

La rete totale conta circa **5.000 persone** tra imprenditori affiliati (**oltre 200**), addetti dei punti vendita e dipendenti della società Iges.

Sin dalla sua nascita, la formazione delle competenze è parte integrante e strategica del modo di fare impresa dell'insegna: “**Chi non si Forma si Ferma**” è lo slogan motivazionale che fa da *fil rouge* a tutti i corsi professionali e di aggiornamento che vengono organizzati per i collaboratori.

Nel 2022, Todis ha lanciato *Todis Management*: un percorso formativo destinato esclusivamente a imprenditori, capi di negozi e capi reparti con l'obiettivo di:

- accrescere le loro competenze (manageriali e tecniche) per poter governare il sistema azienda, integrandolo in un contesto sempre più competitivo e organizzato;
- rimanere aggiornati sulle novità del mondo Retail;
- stimolare il pensiero innovativo e le nuove idee;
- visitare store di rilievo affiancati da esperti e store manager dei negozi stessi.

I moduli, tenuti da Professori e consulenti esterni, hanno approfondito tematiche quali:

- la gestione delle risorse umane;
- l'attività commerciale e gestionale;
- l'HACCP e le Normative;
- lo sviluppo delle power Skills;
- la relazione con il cliente;
- la compilazione dei contratti (solo per Imprenditori/Imprenditrici);
- la formazione tecnica sul Punto di Vendita.

Il progetto, che si concluderà ad Aprile 2023, prevede un **viaggio studio - Innovation Tour** a Parigi dedicato agli studenti più meritevoli che hanno superato con voti più alti gli esami di valutazione previsti per ciascun modulo.

L'innovation tour rappresenterà un momento di condivisione e confronto con retailer internazionali che hanno business analoghi al nostro. Ci verrà mostrato come stanno sperimentando nuovi format, variando il layout dei punti vendita per ottimizzare la gestione dello store, ma soprattutto come stanno gestendo i servizi al cliente con l'obiettivo di garantire una customer experience sempre più eccellente e distintiva. *Emilio Ubertini, Responsabile Formazione Todis*



Numeri edizione 2022/23



760

ORE DI FORMAZIONE EROGATE



160

DIPENDENTI ISCRITTI AL PROGETTO

Dato il successo dell'iniziativa, per il 2023/2024 è prevista una seconda edizione di *Todis Management* che includerà anche gli operatori di cassa per un totale di **224 ore** di formazione.

Un **#master** di altissima qualità in grado di elevare le nostre **#competenze** per rispondere alle sfide del mercato del Retail. Sono orgogliosa di fare parte di Todis: un'azienda che mette le persone al centro del suo futuro. *Camilla Speranza, imprenditrice affiliata Todis*



Un'app per la RETE

Dal 2022, per **gli oltre 200 imprenditori affiliati**, la sede centrale Todis ha messo a disposizione la possibilità di scaricare un'App dedicata: un modo per velocizzare la comunicazione tra colleghi, condividere strategie e processi con la Direzione in tempo reale, individuare opportunità di business tra imprenditori e affiliati.

Todis ha due categorie di clienti, entrambi fondamentali per il nostro successo: l'affiliato ed il cliente finale. L'attenzione di Todis per l'imprenditore si riflette in tutta la nostra gestione. Dalla formazione ai supporti nella gestione, dagli incontri e commissioni che vedono al centro i nostri imprenditori, alla composizione del nostro CdA, i cui membri sono in prevalenza affiliati. Un esempio per tutti: nel 2022 abbiamo ridistribuito ai nostri affiliati, sotto forma di ristoro, oltre 1/3 del nostro utile, per mitigare l'effetto negativo dei rincari del costo energetico. *Massimo Lucentini, Direttore Generale Todis*



Lavoriamo quotidianamente per offrire il nostro contributo alle comunità locali in cui operiamo attraverso donazioni dirette di prodotti alimentari fino al supporto ad Enti e Associazioni no-profit, operanti nel settore scientifico e sociale.

LA STRADA PER LA PREVENZIONE PASSA PER TODIS

Dal 2020, Todis collabora con Susan G. Komen Italia, organizzazione no profit, da sempre in prima linea nella lotta ai tumori del seno.

Un programma itinerante di prevenzione senologica che si svolge nelle principali piazze italiane con l'utilizzo di unità mobili in grado di effettuare tutti gli esami per la diagnosi precoce con spazi ambulatoriali, personale sanitario specializzato e tecnologie di ultima generazione, tra cui mammografo digitale ed ecografo portatile.



L'iniziativa **“La Carovana della Prevenzione”** sarà attiva per tutto il 2023 con **14 giornate di screening**:

8 a Roma e Provincia

1 giornata a Bari

1 giornata a Napoli

1 giornata a Pescara

1 giornata a Palermo

2 giornate a Terni e Perugia

Per un totale di oltre 550 donne visitate.

Numeri 2022



442 visite totali



OLTRE 270 mammografie



PIÙ DI 100 ecografie



350 donne coinvolte



10 giornate di screening



3 casi che necessitano approfondimenti





TODIS PER IL SOCIALE: SANT'EGIDIO E ROMAMOR

La collaborazione pluriennale tra **Todis** e la **Comunità di Sant'Egidio** si concretizza in donazioni dirette e l'ideazione di campagne solidali per il recupero delle eccedenze alimentari offerte poi alle cucine della Comunità.

Nel 2022, nell'ambito della iniziativa "**Da Todis non si Butta niente**", si sono svolte delle giornate dedicate presso i **285 punti vendita** dell'insegna per sensibilizzare la clientela a donare prodotti a Sant'Egidio.

In occasione del Natale, inoltre, Todis ha promosso la campagna solidale "**I Babbi Natale nel mondo**": i clienti hanno potuto acquistare e collezionare **12 Babbi Natale**, travestiti con gli abiti tradizionali di diverse culture di tutto il mondo, un simbolo di inclusione e fratellenza. La campagna ha raccolto **30.000 euro**, che sono stati devoluti a sostegno dell'attività della Comunità.



Dal 2016 Todis sostiene anche **RomAmoR**, associazione di volontariato nata per aiutare le persone senza fissa dimora, gli anziani e gli immigrati. Nel 2022, grazie a questa collaborazione, sono stati donati **20.392 articoli (6.397 kg)** distribuiti ai senza tetto di Roma.

Numeri 2022



98.632 pz

59.310 kg



TODIS DICE #NOALLAVIOLENZASULLEDONNE CON FIPAV LAZIO

Todis adotta una politica inclusiva, credendo nel valore insostituibile delle sue impiegate e collaboratrici e promuovendo iniziative per la loro salute e tutela, per questo dal 2022 fa squadra con la **Federazione Nazionale Pallavolo-Lazio** nella campagna per la difesa e la salvaguardia di diritti delle donne.

Durante la **Giornata Internazionale contro la violenza di genere**, su tutti i campi della Pallavolo laziale, le squadre, gli allenatori, il pubblico, i dirigenti e gli ufficiali di gara, hanno indossato un capo di colore rosso, un gesto simbolico per porre fine a questa piaga sociale.



Abbiamo riscontrato da subito la grande sensibilità di Todis nell'accompagnarci in questo progetto che coinvolgerà tutti i tesserati del Lazio. Insieme vogliamo rinsaldare quel senso di comunità che ogni forma di violenza tende a disgregare. È doveroso per noi, che facciamo parte della grande famiglia della pallavolo, dire un fermo e convinto "no" alla violenza sulle donne. La pallavolo è infatti lo sport più amato e praticato dalle ragazze in Italia.

Andrea Burlandi, Presidente della FIPAV Lazio

In occasione della **Festa della Donna** inoltre, l'8 marzo, Todis è scesa in campo, donando a FIPAV Lazio una rete di colore rosso.



Tutelare il ruolo delle donne fa da sempre parte del nostro modo di fare impresa perché crediamo fermamente che fare crescere questa cultura della valorizzazione della donna possa essere utile a contrastare anche fenomeni di violenza.

La consegna della rete da pallavolo rossa vuole essere un gesto significativo perché l'8 marzo non sia solo una data simbolica, ma rappresenti sempre di più un punto di partenza per un cambiamento totale e consapevole.

Massimo Lucentini, Direttore Generale Todis





TODIS: BUONGIORNO SCUOLA

Nel 2022, i clienti, ogni 10 euro di spesa, hanno potuto donare alla loro scuola di pertinenza del territorio dei bollini digitali contrassegnati dal claim “**Buongiorno Scuola**” che hanno poi caricato su un’App dedicata all’iniziativa. Le scuole che hanno accumulato il punteggio più alto hanno ricevuto del materiale didattico.



444
SCUOLE
COINVOLTE

170
PREMI
CONSEGNATI

Noi di Todis consideriamo da sempre l’istruzione come un pilastro fondamentale della nostra società, sottolineandone la sua importanza per la costruzione di un futuro migliore per i nostri giovani, gli imprenditori di domani. Per questo, **nel nostro piccolo, ci impegniamo a dimostrare la nostra vicinanza alle scuole e alla comunità con gesti concreti.**

Sara Pifferi, Responsabile Marketing Todis



PACKAGING SEMPRE PIÙ SOSTENIBILI grazie all'adozione di innovazioni tecnologiche che, oltre a rispondere alle esigenze funzionali richieste, generano un impatto positivo sull'ambiente con particolare attenzione alla riduzione dell'utilizzo della plastica.

Dal 2022, la linea di frutta e verdura **"A tutto Sapore"** dell'insegna monomarca è confezionata con **Social Plastic®**, imballaggio che restituisce valore sociale ed ecologico alla plastica riciclata (rPet).

Plastic Bank, organizzazione non-profit che si impegna a raccogliere la plastica dispersa nell'ambiente: **Social Plastic®** rappresenta una proposta totalmente innovativa nel mercato dell'imballaggio di prodotti freschi.

La plastica utilizzata per realizzare queste confezioni, infatti, viene recuperata dall'ambiente prima che finisca negli oceani con lo scopo sia di migliorare le condizioni di vita delle persone che vivono nei Paesi in via di sviluppo, impegnate nell'attività di raccolta, che di contribuire a ridurre l'elevato tasso di inquinamento presente in queste zone.



Grazie a Carton Pack, offriamo ai nostri clienti l'opportunità di salvaguardare l'ambiente, ma anche di aiutare le popolazioni in difficoltà con prodotti riconoscibili che permettono una facile comprensione dei valori intrinseci dell'imballaggio che diventa un vero e proprio veicolo di una nuova economia circolare. *Pietro Fiore, Responsabile Ortofrutta Todis*



RIDURRE AL MIMIMO LA PRODUZIONE DEI RIFIUTI, Todis ogni giorno si impegna ad applicare scelte gestionali e operative per ridurre al minimo le eccedenze, diminuendo la quantità di prodotti alimentari destinati a diventare rifiuti, attraverso campagne di sensibilizzazione, come ad esempio l'iniziativa **“Da Todis non si butta nulla”** e donazioni ai numerosi enti benefici con cui è in contatto.

OTTIMIZZARE L'EFFICIENZA ENERGETICA, da anni l'insegna progetta i propri negozi e i suoi Centri di Distribuzione con una costante attenzione al risparmio energetico e alla riduzione delle emissioni di gas serra in atmosfera, adottando tecnologie energeticamente efficienti. I punti vendita Todis possiedono:

- illuminazione LED;
- impianti di condizionamento con pompa di calore ad elevatissimi SCOP /ESEER;
- impianti di refrigerazione alimentare per il recupero termico e per la produzione di acqua calda sanitaria;
- centrali del freddo combinate a CO2.



Inoltre, tutti i nuovi punti vendita sono progettati secondo le specifiche del DM 26/06/2015 sui requisiti minimi in materia di efficienza energetica in edilizia, con l'obiettivo, entro il 2025, di realizzare edifici n-ZEB a energia zero.



SPORTELLI AI MURALI FRIGORIFERI

Sempre in ottica di risparmio, dal 2022 Todis ha installato degli sportelli su alcuni punti vendita per incrementarne l'efficienza energetica.



14%

PER TUTTO IL CENTRO DI CONSUMO FRG
(CENTRALE TN, MURALI FRIGORIFERI,
VASCHE TN, CELLE FRIGORIFERE, VASCHE
PLUG IN)

20%

PER I SOLI MURALI FRIGORIFERI E
CENTRALE TN



IL FOTOVOLTAICO: UNA SCOMMESSA PER RENDERSI SEMPRE PIÙ AUTOSUFFICIENTI

Da fine 2022 il centro di distribuzione Todis di Riano (RM), della superficie di 30.000 m², è dotato di un impianto fotovoltaico della potenza di 500 kW che gli consentirà un autoconsumo dell'energia prodotta.



L'utilizzo del fotovoltaico permetterà:

- una produzione di energia elettrica senza alcuna emissione di sostanze inquinanti;
- il risparmio del combustibile;
- nessun inquinamento acustico.

La produzione annua calcolata sarà di circa **675.000 kWh** che equivalgono al **50%** del consumo annuo dello stabilimento e al **95%** del consumo diurno, rendendo l'edificio **quasi completamente autosufficiente**.

L'impianto consentirà di evitare l'emissione in atmosfera di:

- **360 tonnellate di CO₂ all'anno;**
- **9.000 tonnellate di CO₂ in 25 anni (durata media di ciclo di vita dell'impianto).**

Il dato si può quantificare anche con un numero di alberi equivalente a oltre 3.500 alberi all'anno, ogni albero può assorbire infatti circa 100 kg di CO₂ all'anno.

Nel 2022, Todis ha lanciato una campagna per aiutare i suoi affiliati a sviluppare impianti fotovoltaici, sostenendoli dal punto di vista economico finanziario.

A fronte di rincari del costo energetico, l'insegna ha ridistribuito ai suoi affiliati, sotto forma di ristoro, oltre 1/3 del suo utile.

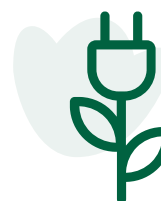
OBIETTIVI AMBIENTALI ENTRO IL 2025



+50%
DI IMBALAGGI
IN RPET



1.000 KWH
DI POTENZA
ELETTRICA
DA FOTOVOLTAICO



2.500.000 KWH
DI ENERGIA
VERDE ANNUA
PRODOTTA



