

## Todis chiude bene il 2023 con un progetto ambizioso, il rating sulla sostenibilità dei fornitori delle Mdd

LINK: <https://www.alimentando.info/todis-chiude-bene-il-2023-con-un-progetto-ambizioso-il-rating-sulla-sostenibilita-dei-fornitori-delle-mdd>



**Todis** chiude bene il 2023 con un progetto ambizioso, il rating sulla sostenibilità dei fornitori delle Mdd federico 2024-06-07T11:33:47+02:007 Giugno 2024 - 12:30|Categorie: Il Graffio , in evidenza , Retail |Tag: conad , Massimo Lucentini , **todis** | Di Luigi Rubinelli In questa azienda, **Todis** di Iges (Pac20009 di Conad) e Addis (Conad Adriatico), hanno una caratteristica che manca a molte aziende del largo consumo, la trasparenza. Sarà perché le cose qui vanno benone, sarà perché il direttore generale, Massimo Lucentini e il suo management, hanno ricevuto da tempo una fiducia totale da parte dei due azionisti. Sarà perché hanno superato il mld di euro di fatturato. Sarà perché la strategia di Lucentini è risultata vincente da prima degli anni controversi del Covid. Sarà anche perché un pezzo di posizionamento è copiato di buon passo dai suoi competitor. **Todis** chiude il

2023 con fatturato di 1,167 miliardi di euro e con una crescita del +16% a rete totale e del +5,5% a rete omogenea. Anche la quota di mercato è aumentata, passando dal 4,1% al 4,3%, grazie al notevole sviluppo della rete soprattutto nell'area del Lazio. Negli ultimi cinque anni (2019-2023), il sell out di **Todis**, che sviluppa il suo business con la formula franchising, con 313 punti vendita distribuiti in tutto il centro-sud Italia, ha registrato un incremento cumulato del fatturato del 58,8%. Per il 2024 contiamo di superare il 4,5% di quota di mercato e di chiudere l'anno con un incremento di fatturato tra il 6% e l'8%, con una parità in crescita tra il 3% ed il 4%, ha dichiarato Massimo Lucentini, direttore generale **Todis**. Il 2023 è stato un anno di espansione importante per la rete, con 38 nuovi punti vendita aperti per un investimento pari a oltre 40 milioni di euro. Nello specifico, alle 13

aperture di store di affiliati previste, si è aggiunta l'acquisizione della rete Fresco Market (ex Tuodì), composta da 25 punti vendita, un'operazione che ha rafforzato la leadership di **Todis** nell'area romana. Sarà perché? Potremmo aggiungere altre considerazioni ma ci fermiamo qui e torniamo sulla trasparenza. Le presentazioni di Lucentini sono particolarmente ampie e profonde ma in più lui risponde senza colpo ferire a tutte le domande, anche le più controverse. La sostenibilità vista con i fornitori Guardiamo quindi alla quarta edizione del Rapporto socio-ambientale. Essere vicini ai consumatori significa parlare di sostenibilità?, dice il presidente Gianni Capobianco Valori che ormai fanno parte del nostro vissuto e del nostro posizionamento?. Ed è per questo che è stato varato un piano ambizioso con i fornitori delle Mdd, marche del distributore, 2.500

referenze che stanno lievitando sia nella parte alta della scala prezzi, sia in quella bassa. **Todis** ha 1.000 fornitori circa, il 95% sono italiani. A febbraio del 2023 **Todis** ha mandato a loro un questionario di 12 punti per definire un rating di sostenibilità. ?Non vogliamo una sostenibilità di facciata e nemmeno favorire il green washing?, dice Marco De Angelis, responsabile qualità **Todis**, ?ma rispettare e far rispettare i criteri Esg in un percorso evolutivo di sviluppo?. **Todis** con questo percorso al quale per il momento sono coinvolti il 35% dei fornitori (vogliono arrivare al 60% nel 2026) vorrebbe: misurare l'impatto delle proprie Mdd e dei loro pack, coinvolgere i fornitori nel monitorare e controllare ogni singolo aspetto delle filiere, dalle materie prime gli imballaggi, assicurare il rispetto dei diritti umani, dell'ambiente e della salute dei clienti, garantendo che ogni prodotto a marchio, Mdd, sia controllato, salubre e sicuro. Il ruolo di Sgs Italia Per l'analisi dei questionari e la definizione di un rating **Todis** si è affidata a Sgs Italia. Ai fornitori rientrati nel rating viene chiesto di sottoscrivere un Codice di condotta con la misurazione di indicatori quali-quantitativi di: pack

sostenibili, politiche di risparmio energetico nelle varie fasi trasporto, nello spreco alimentare, nella responsabilità sociale. I risultati saranno sul sito **Todis.it** e aggiornati periodicamente Ad oggi Sgs ha esaminato 328 questionari e individuato 114 fornitori già idonei. Entro settembre Sgs fornirà a **Todis** l'elaborazione del punteggio dato a ciascuna azienda e alla classifica così ottenuta. Nell'ultima fase del progetto Sgs farà una **v a l u t a z i o n e** dell'applicazione del codice di condotta da parte dei fornitori tramite audit on site e documentali. Alla fine darà un certificato Sgs. Ma c'è di più: il progetto sarà rivisto ogni anno e revisionato ogni tre anni. Sarà visibile in una apposita pagina del sito **Todis.it** l'andamento del progetto e i vari passi e dettagli effettuati. Da qui il nostro intercalare iniziale sulla trasparenza. I fornitori, dicono da Sgs e dice Marco De Angelis, appaiono consapevoli del percorso da fare, e alcune volte si scopre, nell'auditing che alcune aziende fanno di più di quel che dichiarano. ?Oggi la competizione ? sottolinea Massimo Lucentini ? si gioca infatti sui valori e sul posizionamento dell'insegna e dell'azienda?. Il commento

di Alimentando Con questa iniziativa e la sua evoluzione nel tempo **Todis** sfida il sistema del largo consumo a prendere seriamente la questione della sostenibilità partendo dai fornitori dei suoi prodotti a marchio. **Todis** diventa così il capofila nella gdo di un nuovo modo di fare business tenendo l'ambiente al primo posto. Coop nel 2022 ha premiato sei tra i fornitori dei prodotti a marchio Coop nell'ambito di ?Coop for Future?. Il progetto, volto a sensibilizzare i fornitori Coop sui temi della sostenibilità, quest'anno compie 14 anni. Senza nulla togliere al progetto di Coop che ha avuto una forte valenza negli anni scorsi, ma non è stato più aggiornato, **Todis** di fatto costringe i suoi fornitori a pensare in profondità alla sostenibilità a 360°. WhatsApp