

## #Repartofresh. **Todis**: vincente il binomio prezzo-qualità

LINK: <https://www.freshpointmagazine.it/retail-marketing/gallery-il-focus-sulla-comunicazione-di-todis/>



#Repartofresh. **Todis**: vincente il binomio prezzo-qualità Alessandra Bonaccorsi 11 luglio 2023 1 di 3 Il reparto ortofrutta per l'insegna **Todis** (Iges srl-Pac 2000A Conad) ha un ruolo centrale nell'offerta dei propri store a cui dedica progetti specifici sia di layout che di assortimento, ma anche di comunicazione, sempre più centrale per informare la clientela e valorizzare i prodotti in assortimento, le loro specificità e la provenienza. Per catturare l'attenzione dei consumatori, il reparto è dotato di claim a parete che sintetizzano ed enfatizzano i valori dell'insegna in generale e del reparto ortofrutta in particolare: Risparmi soldi, risparmi tempo; La Freschezza è il nostro marchio di fabbrica; Risparmi in soldi, guadagni in qualità. Il binomio convenienza-qualità viene quindi espresso attraverso una comunicazione chiara, mirata ed esplicita. Le aperture **Todis** sono numerose e consolidano di settimana in settimana la

presenza dell'insegna nelle aree già coperte. Roma, in modo particolare, si conferma una piazza strategica su cui continuare a investire. L'esposizione Il reparto di ortofrutta è delimitato da un'ambientazione tipicamente da mercato e denominata Frutteria, a voler enfatizzare questo concetto. Le referenze sono esposte su isole centrali sviluppate su tre piani e su casse distinte per categoria merceologica. Grande risalto ai meloni nelle sue tante varietà valorizzati sia in esposizioni fuori banco sia al centro delle isole insieme agli altri prodotti prettamente stagionali. Spiccano anche le pesche, con un'importante profondità assortimentale e l'uva, sia bianca che nera. Lo sfuso è molto presente. In molti store sono disponibili in questo periodo dell'anno anche piante di basilico, sistemate in corner dedicati a conclusione delle isole centrali. Anche la frutta esotica gode di un suo spazio privilegiato con

un'offerta sfusa, ad esclusione delle banane, disponibili anche in confezioni già pesate e prezzate. La comunicazione e la stagionalità Ampi cartelli a tetto mostrano nei dettagli la frutta e la verdura di stagione sottolineandone il periodo e le caratteristiche. La stagionalità è un elemento importante per l'insegna che dedica progetti instore per evidenziare i prodotti del momento come già abbiamo raccontato in questo articolo. Anche le offerte sono ben comunicate sia con cartelli a scaffale sia con claim che, come già detto, distinguono il reparto. Il banco refrigerato di IV e V gamma per esempio è dominato dalla scritta Frutta e verdura: la qualità a basso prezzo, a voler sottolineare gli asset distintivi dell'insegna, ossia qualità e convenienza.