

Carrello della spesa, **Todis** aderisce al trimestre anti-inflazione

LINK: <https://www.foodweb.it/2023/10/carrello-della-spesa-todis-aderisce-al-trimestre-anti-inflazione/>



Carrello della spesa, **Todis** aderisce al trimestre anti-inflazione RETAIL timer 2 min. 3 Ottobre 2023 Il gruppo con le imprese affiliate, oltre 200 imprenditori per più di 300 punti vendita, estenderà le iniziative già messe in campo su un pacchetto più ampio di prodotti Anche **Todis** ha aderito al trimestre anti-inflazione, il protocollo di intesa sottoscritto dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy e dalle associazioni della distribuzione moderna. 'Auspichiamo che questo accordo possa essere solo l'inizio di una proficua collaborazione tra filiera alimentare, Gdo e istituzioni. Siamo infatti convinti che tutto il sistema debba mobilitarsi nello sforzo di calmierare i prezzi, a sostegno del potere d'acquisto delle famiglie italiane duramente colpito dai forti rincari di beni fondamentali', dichiara Massimo Lucentini, Dg **Todis**. L'INIZIATIVA **Todis** e le sue imprese affiliate,

oltre 200 imprenditori per più di 300 punti vendita, sono impegnati dai tempi della pandemia con le iniziative Prezzi Bloccati e Prezzi Ribassati e Bloccati, che prevedono prezzi calmierati su una selezione di articoli attraverso diverse modalità tra prezzi fissi, attività promozionali e prodotti a marchio a prezzo scontato o unico. Dal primo ottobre scorso, e fino al 31 dicembre prossimo, l'insegna estenderà le iniziative già messe in campo su un pacchetto di prodotti ancora più ampio: prima necessità, igiene della persona e della casa, prima infanzia, fino ai prodotti senza glutine e senza lattosio. Gli sconti - variabili per prodotto e per marca - saranno sponsorizzati da un'apposita pubblicità della Presidenza del Consiglio; le iniziative saranno inoltre firmate, anche all'ingresso dei supermercati e dei negozi, da un bollino tricolore 'anti-inflazione'. 'Teniamo a sottolineare che **Todis**,

anche grazie al supporto dei suoi fornitori (98,5% dei quali italiani), combatte da tempo contro la logica della shrinkflation che riduce il contenuto di prodotto in confezione mantenendo lo stesso prezzo,' sottolinea Lucentini. © Riproduzione riservata