

Todis dà il via a bassi&bloccati

LINK: <https://www.gdoweeek.it/todis-da-il-via-a-bassibloccati/>



Todis dà il via a bassi&bloccati Di Riccardo Nissotti - 8 Febbraio 2024 Facebook Twitter LinkedIn WhatsApp Pinterest Email Print Prezzi bloccati su altri 250 prodotti nei supermercati **Todis** da giovedì 8 febbraio: sono così 400 gli articoli a prezzo calmierato Da giovedì 8 febbraio negli oltre 300 punti vendita insegna **Todis** prezzi bloccati su altri 250 prodotti. Prosegue il percorso iniziato ad aprile 2023 con 150 articoli calmierati, mantenuto anche dopo la scadenza del carrello anti inflazione voluto dal Mimit. 'Nonostante le prospettive sull'inflazione si prospettino più rosee per il 2024, non intendiamo abbassare la guardia -dice Massimo Lucentini, direttore generale di **Todis**-, ma vogliamo lavorare ancora più intensamente per rendere i nostri punti di vendita luoghi dove i clienti troveranno nella nostra marca privata, che incide per oltre il 70% sul nostro fatturato, e in quella della

distribuzione, prodotti di qualità superiore a prezzi convenienti'. Le referenze interessate sono posizionate nel settore grocery e beni di prima necessità. Il risparmio medio previsto per il consumatore è del 10% sui prodotti interessati. **Todis** conferma una linea partita quattro anni fa Dal 2020 l'impegno di **Todis** (e di tutte le imprese affiliate) è stato per portare avanti diverse campagne dedicate ai prodotti a prezzo calmierato, da prezzi bloccati a prezzi ribassati e bloccati, che riguardano articoli rientranti nel carrello della spesa. Le campagne hanno preso forma attraverso diverse modalità: dall'applicazione di prezzi fissi per lunghi periodi promozionali a iniziative sulla gamma di prodotti a marchio come carrelli a prezzo scontato. I supermercati **Todis** (di proprietà di Iges, controllata da Pac2000A Conad) sono presenti in 11 regioni del Centro Sud Italia. **Todis** contro la

shrinkflation Massimo Lucentini, direttore generale di **Todis** Oltre a queste attività, **Todis** si adopera anche per contrastare il fenomeno della shrinkflation (stesso prodotto, stesso prezzo ma quantità minore in confezione). Un'opera che si può fare solo assieme 'potremo individuare strategie per superare i disagi economici subito dai rincari degli ultimi anni, garantendo ai nostri clienti finali prodotti che rispecchino il giusto rapporto qualità-prezzo, freschezza e regionalità, da sempre i nostri asset vincenti', conclude Lucentini. TAG bassi carrello Conad fissi inflazione Mdd Mimit prezzi **todis** Facebook Twitter LinkedIn WhatsApp Pinterest Email Print Riccardo Nissotti Informazione