



TUTTOFOOD
INTERNATIONAL
FOOD EXHIBITION **MILANO**

Todis spinge su fidelizzazione e sostenibilità

• Di Redazione



L'insegna di supermercati a marca privata di proprietà di Iges Srl, società controllata da Pac2000A Conad, ha celebrato i 25 anni di attività a Roma lanciando la App Fidelity in occasione di una serata dedicata ai temi della digitalizzazione e della sostenibilità.

Si è tenuta ieri, nello scenario suggestivo di Cinecittà World, la convention con cui Todis, insegna di supermercati a marca privata di proprietà di Iges Srl, società controllata dalla cooperativa Pac2000A Conad, ha celebrato il suo venticinquesimo anno di attività. L'evento si colloca in un momento particolarmente positivo per l'azienda, che ha chiuso il 2023 con un fatturato di 1,167 miliardi di euro, registrando una crescita del +16% a rete totale e del +5,5% a rete omogenea, con oltre 300 punti vendita nel centro-sud Italia.

La serata, dedicata a questo importante traguardo, è stata aperta dall'intervento del Presidente di Todis, Gianni Capobianco, che ha sottolineato l'importanza della cooperazione all'interno della grande famiglia Todis: "Ho sempre creduto che siamo capaci di fare molto più di quanto pensiamo e stasera siamo qui con la consapevolezza che ognuno di noi è un tassello fondamentale di questa squadra".

Successivamente, è intervenuto il Direttore Generale di Todis, Massimo Lucentini, il quale ha evidenziato gli elementi chiave che hanno determinato l'espansione e la crescita della rete, nonostante le difficoltà degli ultimi anni segnati dalla pandemia. "È stato un periodo impegnativo, ricco di imprevisti, che ha posto cittadini e imprese di fronte a sfide importanti per tutelare il potere d'acquisto delle famiglie e sostenere le aziende. Todis ha affrontato questo scenario puntando sui tratti distintivi della sua identità: qualità e convenienza, concentrandosi sul consolidamento della marca privata con nuove linee e ampliamenti di gamma, una strategia vincente che ha favorito la fidelizzazione della clientela e l'affermazione di un modello commerciale all'avanguardia".

Lucentini ha poi descritto i pilastri dell'azienda, tra cui l'innovazione e la formazione continua attraverso il progetto "Todis Management", un'iniziativa di valorizzazione del capitale umano giunta alla terza edizione, che ha coinvolto oltre 400 persone tra imprenditori affiliati e loro collaboratori.

Sono stati poi introdotti i temi della digitalizzazione e della sostenibilità, leve strategiche fondamentali per l'insegna. Todis si impegna ogni giorno nel raggiungimento di standard concreti di sostenibilità, tenendo conto di una clientela sempre più consapevole, attenta ai prodotti ecologici ed eticamente sostenibili. Patrizia Bianca, Sales Manager Retailer Service di NielsenIQ, ha evidenziato come i consumatori siano sempre più propensi ad acquistare prodotti sostenibili, pur mancando spesso degli strumenti per distinguere un prodotto sostenibile da uno che non lo è.

A conferma di queste parole, è stata organizzata una tavola rotonda dedicata ai futuri progetti dell'insegna sulla sostenibilità. Marco De Angelis, del Servizio Qualità Todis, ha introdotto il progetto "Attestato di Sostenibilità", che coinvolge i fornitori dei prodotti a marchio Todis. A certificare il progetto è intervenuta Clementina Clementi, Responsabile Certificazione di Prodotto Food SGS Italia, partner di Todis.

Certificazione della Sostenibilità dei Fornitori a Marchio Todis da SGS

SGS Italia ha annunciato la sua collaborazione come partner chiave nel progetto di certificazione della sostenibilità dei fornitori a marchio Todis. L'iniziativa, in collaborazione con Todis e i suoi fornitori, mira a mappare e valutare gli elementi di sostenibilità ambientale, sociale ed etica delineati nel Codice di Condotta dei Fornitori, redatto e firmato dalle aziende coinvolte. Nel corso del 2023 e del 2024, SGS Italia ha condotto un'indagine approfondita, inviando questionari ai fornitori e analizzando le risposte ricevute. Sono state valutate tutte le 325 aziende partecipanti, e 117 di esse hanno ottenuto punteggi positivi, venendo classificate in tre categorie (AAA, AA, A).

I prodotti a marchio coinvolti rappresentano oltre 1000 referenze Todis. Nel 2023, SGS ha approvato una Specifica Tecnica che definisce le regole per la certificazione della sostenibilità dei prodotti a marchio Todis. Questo documento guida il servizio di controllo relativo allo standard di sostenibilità dei fornitori. SGS e Todis hanno definito un piano di controlli per verificare la conformità dei fornitori ai requisiti della Specifica Tecnica e del Codice di Condotta.

Il processo di verifica ha incluso l'analisi dei questionari compilati dai fornitori e il confronto con i controlli effettuati presso le sedi dei fornitori o da remoto. Le informazioni fornite sono state valutate attraverso interviste dirette e audit svolti dagli auditor SGS, corroborati da evidenze e dati forniti dalle aziende stesse (ad esempio, dati sul packaging, risparmio energetico, bilancio sociale, filiera corta o origine). Nel 2024, SGS ha auditato 59 fornitori selezionati tra i 117 valutati positivamente. Questi fornitori, appartenenti alle tre categorie di valutazione, sono stati confermati e inseriti nell'elenco allegato al certificato del Servizio di Sostenibilità Todis rilasciato a settembre 2024. Per il 2025, SGS prevede ulteriori audit su un nuovo campione di fornitori e su nuovi produttori a marchio che saranno qualificati ex novo.

Il sistema di verifica continua è progettato come strumento flessibile per monitorare la crescita del parco fornitori su alcuni elementi scelti da Todis, dimostrando l'impegno verso la sostenibilità e monitorando i miglioramenti in termini di sostenibilità. Il team Food di SGS, con la sua vasta esperienza nella verifica e certificazione volontaria di prodotti e servizi, continua a supportare Todis e i suoi fornitori nel percorso verso una maggiore sostenibilità, confermando il proprio impegno a garantire standard elevati per i prodotti a marchio Todis.

Sara Pifferi, Responsabile Marketing Todis, ha poi presentato l'App Fidelity Todis, descrivendola come un prodotto dal design funzionale e intuitivo, progettato per instaurare e mantenere un rapporto personale con ogni cliente, aumentando le visite nei punti vendita e offrendo un servizio personalizzato.

La serata si è conclusa con le testimonianze di alcune imprenditrici affiliate e fornitori, tra cui Laura Capone, Alessandra Mandalà, Giorgia Sartini e Camilla Speranza, insieme a Nicola Martelli, Responsabile Commerciale e Marketing di Martelli Salumi, Roberto Brazzale, Presidente di Brazzale, e Natasha Linhart, CEO di Atlante. Ciascuno ha descritto il percorso svolto insieme a Todis, sottolineando come imprenditrici e fornitori abbiano giocato un ruolo fondamentale nel portare il marchio vicino ai clienti e nel contribuire a elevare la qualità e la convenienza dell'offerta.

Todis spinge su fidelizzazione e sostenibilità