

Todis celebra i suoi primi 25 anni

LINK: <https://www.foodweb.it/2024/10/todis-celebra-i-suoi-primi-25-anni/>



Todis celebra i suoi primi 25 anni RETAIL timer 4 min. 14 Ottobre 2024 Durante una serata dedicata ai temi della digitalizzazione e della sostenibilità, l'insegna lancia la app Fidelity **Todis** festeggia il suo 25esimo anno di attività con un fatturato 2023 di 1,167 miliardi di euro e una crescita del +16% a rete totale e del +5,5% a rete omogenea, generato da più di 300 punti vendita distribuiti in tutto il Centro-Sud Italia. Digitalizzazione, sostenibilità, prossimità, convenienza e qualità: sono queste le parole chiave scelte da **Todis** per descrivere i suoi primi 25 anni che rappresentano, al tempo stesso, le ambiziose sfide future su cui si dovrà concentrare l'attività dell'insegna a ogni livello. Il Presidente di **Todis**, Gianni Capobianco, durante la convention per i 25 anni dell'insegna Sabato scorso a Cinecittà World si è tenuta la convention per celebrare il traguardo centrato dall'insegna a marca privata di proprietà di Iges Srl

(controllata da Pac2000A Conad). Il Presidente di **Todis**, Gianni Capobianco, ha sottolineato l'importanza della cooperazione all'interno del gruppo: 'Ho sempre creduto che tutti noi siamo capaci di fare molto di più di quello che pensiamo e stasera siamo qui con la consapevolezza che ognuno di noi è un tassello fondamentale di questa squadra'. Il Direttore generale Massimo Lucentini ha evidenziato gli asset più significativi che hanno determinato l'espansione e la crescita della rete **Todis** in tutto il Centro-Sud negli ultimi anni. 'È stato un periodo molto impegnativo e ricco di imprevisti che ha messo cittadini e imprese di fronte a serie difficoltà per tutelare il potere d'acquisto delle famiglie e sostenere le aziende. **Todis** ha affrontato questo scenario puntando sugli elementi distintivi della sua identità, qualità e c o n v e n i e n z a , 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 competitivo e all'avanguardia'. I N N O V A Z I O N E E SOSTENIBILITÀ Lucentini ha quindi parlato dei pilastri fondanti dell'azienda: i n n o v a z i o n e e sperimentazione del modo in cui l'insegna fa business, e la formazione continua del '**Todis** Management'. Quest'ultimo è un progetto di valorizzazione del capitale umano che ha raggiunto la terza edizione, coinvolgendo oltre 400 persone tra imprenditori affiliati e collaboratori. Fondamentali i temi della digitalizzazione e della sostenibilità, leve strategiche irrinunciabili per l'insegna. **Todis** 'si impegna ogni giorno nel raggiungimento di standard di sostenibilità concreti, tenendo conto anche di una clientela sempre più consapevole che pone la sua attenzione su prodotti ecologicamente ed eticamente sostenibili'.

Patrizia Bianca, Sales manager retailer service NIQ, ha evidenziato quanto i consumatori siano 'sempre più propensi ad acquistare prodotti sostenibili, ma senza possedere gli strumenti utili per informarsi sulle caratteristiche che contraddistinguono un prodotto sostenibile da uno che non lo è'. A questo proposito, durante una tavola rotonda dedicata ai progetti futuri dell'insegna Marco De Angelis del servizio qualità **Todis** ha introdotto l'Attestato di Sostenibilità', progetto in cui sono coinvolti i fornitori dei prodotti a marchio per l'insegna. A certificare questo progetto è intervenuta Clementina Clementi, responsabile certificazione di prodotto Food SGS Italia e partner di **Todis**. Il focus si è concluso con la testimonianza di quattro fornitori: Francesco Franzese, Ceo di ICAB Spa La Fiammante, Sara Menin, Project development manager L'Insalata dell'Orto, Marco Lorenzoni, Presidente Ariete Fattoria Latte Sano, e Lorenzo Beretta, Direttore commerciale Gruppo Beretta. LA NUOVA APP FIDELITY **TODIS** Sara Pifferi, Responsabile marketing **Todis**, ha presentato la nuova app Fidelity dell'insegna: 'Abbiamo realizzato un

prodotto con un design funzionale e intuitivo, come quelli che oggi siamo abituati ad utilizzare quotidianamente. Vogliamo instaurare e mantenere un rapporto personale con ognuno dei nostri clienti ed aumentare le loro visite nei nostri punti vendita, offrendo un servizio personalizzato'. La serata si è conclusa con le testimonianze di alcune imprenditrici affiliate, come Laura Capone, Alessandra Mandalà, Giorgia Sartini e Camilla Speranza, e fornitori come Nicola Martelli, Responsabile commerciale e marketing di Martelli Salumi, Roberto Brazzale, Presidente di Brazzale, e Natasha Linhart, Ceo di Atlante. Le imprenditrici e i fornitori hanno raccontato il loro impegno e il loro lavoro quotidiano al fianco di **Todis**. Ciascuno ha descritto un tassello del percorso svolto all'interno dell'azienda nel quale hanno avuto un ruolo fondamentale e strategico.
© Riproduzione riservata