

GDO WEEK

08-2023

15 maggio

GDO WEEK 2023 - Settimanale - New Business Media s.r.l. - via Eritrea, 21 - 20157 MILANO
ISSN 2421-3497 - Poste Italiane S.p.A.



RETAIL&INDUSTRIA

Conserven rosse, la stabilità convive con un forte dinamismo d'impresa

Pag. 92

RETAIL&RETAIL

Le strategie di Esselunga per consolidare reputation e quote

Pag. 16



Il futuro del cibo è ADESSO



PROPRIETARIO ED EDITORE: **New Business Media srl**

SEDE LEGALE E OPERATIVA: **Via Eritrea, 21 - 20157 Milano**
Tel. +39 02 92984 1

DIRETTORE RESPONSABILE: **Cristina Lazzati**

REDAZIONE: **Marina Bassi (caporedattore), Patrick Fontana (caporedattore), Anna Bertolini (vicecaporedattore), Francesco Oldani (vicecaporedattore), Luca Moroni (copeservizio), Marianna Gulli (redattore), Roberto Pacifico (redattore)**

PROGETTO GRAFICO: **Elisabetta Delfini**

GRAFICA E IMPAGINAZIONE: **Grafica Quadrifoglio S.r.l. - Milano**
info@graficaquadrifoglio.it

IMMAGINI: **Adobe Stock, Shutterstock**

SEGRETERIA DI REDAZIONE NEW BUSINESS MEDIA:
Paola Melis
redazione.gdoweeek@newbusinessmedia.it

COLLABORATORI: **Alessandra Bonaccorsi, Roberto Botto, Daniele Colombo, Massimo Gianvito, Elena Giordano, Patrizia Godi, Salvatore Ippolito, Sanzia Milesi, Marco Moresco, Raffaella Pozzetti, Cristina Savoldi, Manuela Soressi, Leo Sorge, Barbara Trigari, Claudio Troiani, Fabrizio Valente**

UFFICIO PUBBLICITÀ E TRAFFICO:

Cesare Gnocchi (direttore commerciale)
Gianluca Resta (resp. comm. area retail)
gianluca.resta@newbusinessmedia.it
Anna Boccaletti (coordinatore)
anna.boccaletti@newbusinessmedia.it
Alessandra Danella
alessandra.danella@newbusinessmedia.it
Tel. +39 02 390 90 547

UFFICIO MARKETING:
marketing.retail@newbusinessmedia.it
Tel. +39 0292 984 216

SERVIZIO CLIENTI PERIODICI: TEL. +39 02 3909.0440
servizioclienti.periodici@newbusinessmedia.it

Prezzo di una copia cartacea 3,00 euro
presso l'Editore, arretrati 6,00 euro
Prezzo abbonamento annuale
109 biennale 208 digitale/estero 60 euro

ABBONAMENTI: Conto corrente postale n. 1017908581
Banca Intesa San Paolo Ag. 2122
IBAN IT9860306909504100000009929
Intestato a: New Business Media Srl

Gli abbonamenti cartacei decorrono dal primo numero raggiungibile all'inserimento dell'ordine.

STAMPA: **Roto3 Industria Grafica s.r.l.**
Via Turbigo 11/B - 20022 - Castano Primo (Mi)

Copyright New Business Media - Milano

La riproduzione delle illustrazioni e articoli pubblicati dalla rivista, nonché la loro traduzione è riservata e non può avvenire senza espressa autorizzazione della Casa Editrice. I manoscritti e le illustrazioni inviati alla redazione non saranno restituiti, anche se non pubblicati e la Casa Editrice non si assume responsabilità per i casi di tratti di esemplari unici. La Casa Editrice non si assume responsabilità per i casi di eventuali errori contenuti negli articoli pubblicati o di errori in cui fosse incorso nella loro riproduzione sulla rivista.

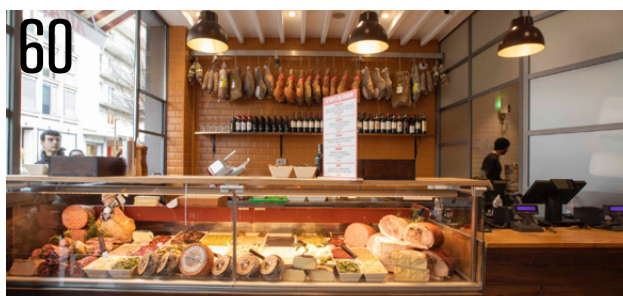
ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE

Registrazione Tribunale di Milano n. 392/72
ROC n. 24344 dell'11 marzo 2014 ISSN 2421-3497

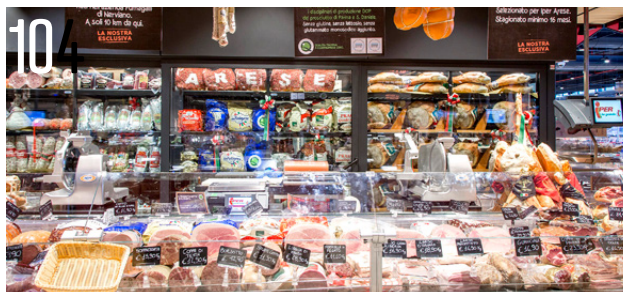
Il retailer catanese Tocal punta all'espansione della rete con punti di vendita di prossimità specializzati sull'area dei freschi



L'apertura di All'Antico Vinario a Bergamo è il punto di partenza della joint venture con Percassi Retail che fornirà un potente volano per lo sviluppo



L'inflazione è il driver principale delle scelte dei consumatori, in particolar modo nel comparto salumi dove calano le vendite di alcune referenze



L'efficienza energetica è uno step essenziale per il mondo della gdo, a partire da frigoriferi che riducano i costi e l'impatto ambientale





★ Tocal è specialista della carne. La macelleria rappresenta, infatti, il reparto più importante e distintivo dell'insegna, con una proposta di prodotti freschi e di preparati da cuocere realizzati nel laboratorio aziendale

Logiche di un'insegna siciliana di prossimità

Il gruppo Tocal, di recente rientrato in Consorzio C3, sta attuando un restyling della rete e programma nuove aperture in Sicilia

Alessandra Bonaccorsi
 @AlessandraBonac

Una forte specializzazione nell'area freschi, in primis nella macelleria, una spesa incentrata sulla convenienza e punti di vendita di prossimità. Su questi asset si inquadra la proposta dell'insegna **Tocal**, gestita dalla società **To.Cal. srl**, di recente rientrata (dopo appena tre mesi di assenza) nel **Consorzio C3**, attualmente composto da 22 soci. È un gradito ritorno -spiega **Maggiolino Maiorana**, pre-

sidente del Consorzio C3- per la solidità e la presenza distributiva che To.Cal. rappresenta sul proprio territorio. I nuovi ingressi in C3 sono significativi della solidità di un gruppo che continua a crescere, grazie all'esperienza e alla conoscenza dei mercati delle imprese associate".

Vediamo chi è Tocal. Parliamo di un gruppo, fondato dall'imprenditore **Antonio Tomasi**, che attualmente è

98 mln €

il fatturato realizzato nel 2022

50 mln €

il fatturato 2022 di Tocal Srl, la società che gestisce la rete al dettaglio

18

i negozi totali della rete, di cui 15 diretti

250

il numero totale dei collaboratori

attivo a Catania e provincia con diciotto tra supermercati e superette; di queste, 15 sono negozi a gestione diretta, mentre gli altri tre sono affiliati. Proprio nel **territorio etneo** l'insegna Tocal intende ulteriormente svilupparsi.

"Il gruppo ha fino ad oggi operato in Sicilia con due società: **To.Cal. Distribuzione srl** e **To.Cal. srl** -precisa Tomasi-. La prima è dedicata al Cedi e veicola un assortimento di 8.000 item, gestendo 250 somministrati tra cui anche piccole attività commerciali; la seconda, invece, la seconda gestisce direttamente la rete vendita a insegna Tocal. A partire dal 17 aprile 2023 la società To.Cal. srl, in previsione di

una **fusione delle due aziende, in definizione nei prossimi mesi**, subentrerà nella gestione di tutti i rapporti commerciali con le aziende fornitrici e di conseguenza nella gestione del Cedi e della distribuzione della merce”.

La storia di questa insegna siciliana inizia nel 1998 quando Antonio Tomasi, oggi amministratore del gruppo, realizzò il suo primo punto di vendita, sviluppato su una superficie di 155 mq e situato in una zona periferica del capoluogo etneo, a Barriera. “Ho iniziato il mio percorso lavorativo come rappresentante e pian piano ho costruito un progetto retail che continua a crescere -spiega l'imprenditore-. Di recente, abbiamo deciso di **concentrarci solo sull'insegna Tocal** convertendo alcuni store Vivo Market, che gestivamo”.

Una scelta legata anche alla volontà di rendere più distintivi i punti di vendita. “Per raggiungere questo scopo ed essere competitivi -aggiunge Tomasi- è necessario che ci sia una forte caratterizzazione dell'offerta, soprattutto in termini di qualità. Nel nostro caso possiamo dire di essere specialisti della carne. La macelleria ad oggi rappresenta il reparto per noi più importante e distintivo, quello sul quale puntiamo in modo particolare con **reparti assistiti e, laddove possibile, anche a libero servizio** con una proposta ampia di pro-



ANTONIO TOMASI
AD DI GRUPPO Tocal (C3)

dotti freschi e di preparati pronti da cuocere, realizzati all'interno del nostro laboratorio aziendale -prosegue Tomasi-. Ogni giorno riforniamo tutti i nostri punti di vendita per uniformare l'assortimento su tutta la rete”. E aggiunge: “Nella nostra zona il rapporto vis a vis con il cliente è di fondamentale importanza: per questo, **non rinunciamo ai reparti servizi, nemmeno nelle superfici più piccole**, perché vogliamo dare alla clientela un servizio costante con personale qualificato e ben formato”.

L'area freschi si completa con salumeria e gastronomia, ortofrutta, data in gestione a terzi con personale esterno, oltre che con la pescheria, presente però soltanto in alcuni punti di vendita della rete, attualmente oggetto di un restyling per allineare il format ad un'immagine moderna e funzionale. In quest'ottica è stato definito un percorso di acquisto di facile lettura.

I punti di vendita hanno metrature diverse e spaziano da 260 mq fino ai 1.000 con location situate in centri urbani ad alta densità.

L'ingresso degli store è sempre affidato all'ortofrutta, seguita dalla prima colazione per arrivare al cuore dell'offerta, ossia i freschi che incidono dai 35 ai 45 punti percentuali (a seconda delle dimensioni del punto di vendita) sul totale delle vendite. “Nelle superette garantiamo un assortimento completo sacrificando la profondità assortimentale solo in alcune categorie” chiarisce l'imprenditore. L'assortimento comprende anche il non food che incide il 25% circa sul totale. Importante la presenza della **mdd Noi&Voi del Consorzio C3** disponibile in assortimento con circa **300 referenze** che saranno ampliate nel corso dei prossimi mesi. “La marca del distributore -continua Tomasi- ci permette di fornire ai consumatori un prodotto di qualità a prezzi convenienti con una marginalità per noi interessante”.

Nel corso dell'anno, il gruppo prevede **ulteriori aperture che andranno a consolidare la rete esistente**: entro giugno saranno aperti un punto di vendita ad Adrano e un secondo a Misterbianco, entrambi in provincia di Catania. Nel corso del 2023, l'obiettivo è di arrivare a 19 store di proprietà e di consolidare la rete con ulteriori 3-4 aperture in affiliazione.

★ Gli store Tocal operano a Catania e provincia con formati diversi, dalle superette ai super

★ La loro metratura varia dai 250 ai 1.000 mq con focus sui freschi, carne in particolare

