

CONAD CONSOLIDA LA LEADERSHIP NELLA GDO ITALIANA: NEL 2021 FATTURATO A 16,9 MILIARDI DI EURO (+6%)

- Quota di mercato GDO al 15%
- Prodotti a Marchio Conad (MDD) 4,8 miliardi di euro di fatturato e una quota del 31% nel canale super
- Investimenti sulla rete per 1,8 miliardi di euro in tre anni (2021-2023)
 - Confermate le linee strategiche di sviluppo dei prossimi anni: sostenibilità, digitalizzazione, multicanalità, marca del distributore

Milano, 17 dicembre 2021 - Nel 2021 Conad ha consolidato la sua leadership nella Grande Distribuzione in Italia, registrando un fatturato complessivo di **16,9 miliardi di euro, in crescita del 6% sul 2020**.

È quanto è emerso oggi a Milano nel corso della conferenza stampa di presentazione dei dati preconsuntivi 2021 di Conad, illustrati dall'Amministratore Delegato Francesco Pugliese e dal Direttore Generale Francesco Avanzini.

Nel dettaglio, l'insegna è cresciuta **oltre la media del mercato**, anche grazie a una ripartenza delle grandi superfici Spazio Conad (a parità di rete: +11%) e a **un importante potenziamento degli investimenti per la modernizzazione della rete** (1,8 miliardi di euro su base triennale, 2021-2023).

"Siamo soddisfatti per i risultati che abbiamo raggiunto nel 2021, ma siamo consapevoli di dover fare sempre di più e sempre meglio, perché sentiamo la responsabilità – come primo datore di lavoro del commercio e quarto nel settore privato in Italia - della nostra rilevanza sul tessuto economico e sociale del Paese" ha commentato **Francesco Pugliese**, Amministratore Delegato di Conad. *"Pur in uno scenario macroeconomico in miglioramento, notiamo infatti alcune criticità, come l'inflazione, che rischiano di rallentare la ripresa economica. Per questo, è fondamentale che l'Italia non perda l'occasione storica del PNRR per modernizzare il Paese, scongiurando il rischio dell'immobilismo. Come Conad, faremo la nostra parte continuando il percorso di ammodernamento e sostenendo le associazioni di rappresentanza per far sì che il mondo del commercio produca uno sforzo unitario collettivo per la trasformazione sostenibile del settore. Per noi questo vuol dire, oggi e domani, accompagnare l'Italia verso un futuro migliore"*.

Negli ultimi 15 anni Conad ha **più che raddoppiato le proprie dimensioni**, passando da **8,2 a 16,9 miliardi di fatturato**, una crescita conseguita agendo sotto un'unica insegna e non come unione di imprese in un centro di acquisti, mentre guardando agli ultimi 10 anni **Conad ha incrementato la propria quota di mercato in maniera rilevante, crescendo di 4,7 punti percentuali** (quota del 15%, fonte: Nielsen I semestre 2021) e rafforzando la propria leadership **nel canale dei supermercati**, dove oggi rappresenta un quarto del totale (quota del 23,57%, fonte: Nielsen I semestre 2021).

"Nel 2021 abbiamo consolidato la leadership di Conad come prima insegna italiana della Grande Distribuzione, un trend che dovrebbe continuare secondo le nostre previsioni anche per il 2022, dove ci aspettiamo livelli di crescita comparabili a quelli di quest'anno" ha aggiunto **Francesco Avanzini**, Direttore Generale di Conad. *"Ciò sarà possibile grazie al piano di investimenti triennale da 1,8 miliardi di euro nel rinnovamento della rete di vendita, e al lavoro continuo sui quattro pilastri strategici dell'insegna, le linee guida che costituiscono l'essenza dello sviluppo futuro di Conad: a partire dalla multicanalità, con risposte puntuali e diversificate alle esigenze dei clienti in ogni contesto, alla marca del distributore, vero e proprio asset ed elemento distintivo di*



Conad. E ancora, la sostenibilità, nella sua accezione più ampia che per noi comprende ambiente, economia e supporto alle Comunità, e digitalizzazione, con l'adozione di un approccio strategico improntato all'omnicanalità, intesa come integrazione circolare tra punto di vendita fisico e punti di contatto digitali".

La strategia multicanale di Conad ha permesso un forte incremento sulla rete nazionale con **+85 punti vendita**, di cui 41 sono concept store (petstore, parafarmacie, ottico, distributore carburanti, somministrazione). L'obiettivo è quello di fornire risposte puntuali e diversificate alle molteplici esigenze dei clienti, tutte accomunate da qualità dell'offerta, convenienza nella spesa e forte focalizzazione su marca del distributore e prodotti freschi: dalle grandi superfici fino ai punti vendita di quartiere, con una rete attuale di **3.908 punti vendita**.

Un grosso contributo alla crescita nel 2021 è arrivato anche dai prodotti a marchio Conad (MDD), la cui offerta sta evolvendo sempre di più verso la convenienza e l'innovazione di prodotto. La MDD Conad ha conquistato il 31% di quota sul totale del largo consumo confezionato a livello Italia (canale super) con un fatturato pari a 4,8 miliardi di euro, in crescita del +5,8% a valore rispetto al 2020. Si tratta di un risultato raggiunto grazie alle linee strategiche di sviluppo dei prodotti a marchio Conad: convenienza data da un rapporto tra qualità e prezzo che non teme confronti sul mercato, attenzione alla salute e al benessere del cliente, impegno per la sostenibilità ambientale, valorizzazione del servizio e consolidamento dell'offerta premium.

A ciò si affianca il grande impegno di Conad in termini di sostenibilità, con il varo della strategia "Sosteniamo il futuro", espressione di tante iniziative concrete che caratterizzano l'insegna da sempre e che sono oggetto di continuo miglioramento sul fronte della tutela dell'ambiente e delle sue risorse, del supporto alle persone e alle Comunità e del territorio e delle imprese italiane.

Infine, l'adozione di un approccio strategico alla digitalizzazione improntato all'omnicanalità, intesa come integrazione circolare tra punto di vendita fisico e punti di contatto digitali, con il lancio nella primavera 2022 della nuova piattaforma digitale Conad, contenitore di prodotti e servizi digitali globali, dall'e-commerce ai servizi nei segmenti più innovativi della Salute e per la Famiglia.

Nel 2021 Conad ha consolidato la leadership anche sul fronte della brand awareness. L'insegna è oggi Top of Mind del settore (20,8%), con una notorietà totale pari al 96,8%. Questi dati sono ulteriormente confermati dal numero di clienti che visitano settimanalmente i punti di vendita Conad, pari nel 2021 a 11,4 milioni di famiglie (il 43,8% del totale Italia).

Ed è proprio il rapporto sinergico con la comunità, con i territori e con i clienti, che anima il rapporto e il modo di fare business di Conad, che ha al centro delle proprie strategie le persone, vera e propria guida dell'operato dell'insegna.

Questo concetto è ben sintetizzato dalla campagna di comunicazione natalizia di Conad, che ha come parola chiave "insieme", un valore imprescindibile dell'operato quotidiano del Consorzio, delle Cooperative, degli oltre 2.300 Soci e 65.000 Collaboratori Conad che si impegnano ogni giorno per alimentare il benessere dei territori in cui operano, dentro e fuori le mura dei negozi, nella convinzione che solo insieme si possono fare grandi cose. Perché il meglio del futuro è nella Comunità.

Riferimenti per la stampa:

Hill+Knowlton Strategies per Conad

Daniele Rurale – 346 5011546 – daniele.rurale@hkstrategies.com
Virginia Giussani – 348 2330429 – virginia.giussani@hkstrategies.com

Conad – Consorzio Nazionale Dettaglianti – è la più ampia organizzazione di imprenditori indipendenti del commercio al dettaglio presente in Italia. Dal 2019 è divenuta l'insegna leader di mercato con una quota del 15,01% e con 3.300 negozi.