

NOV 2024

 CONAD

# COMMA

NOI DI CONAD, INSIEME VERSO IL FUTURO



**FOCUS** IL NATALE 2024 IN CASA CONAD: UN NATALE DI VALORI, IMPEGNO CONCRETO E SPERANZE PER IL FUTURO

 **Essentiae  
LAB**

Un allegato speciale  
per conoscere la nuova linea

 **Sosteniamo  
il futuro**

Il Manifesto Conad  
per la Marca Commerciale

 **Villaggio dello Sport  
in tour**

Si è conclusa  
la prima edizione

# Sommario

## EDITORIALE

**03** Un 2024 di crescita per Conad, con prospettive positive per il 2025

## PRIMO PIANO

**04** Essentiae LAB la nuova frontiera della beauty care

**06** Si è concluso "Il Villaggio dello Sport in Tour" insieme a Sport senza Frontiere

## SOSTENIBILITÀ

**08** Conad lancia il Manifesto per la Marca Commerciale

## FOCUS

**11** Il Natale di Conad

**12** Alimentiamo le forze positive della Comunità

**14** Sosteniamo il futuro delle nuove generazioni

**16** Sapori& anche a Natale

**18** "I gesti d'amore si fanno sentire"

**20** Insieme sotto una buona stella: un gesto d'amore per il futuro dei più piccoli

## SULLO SCAFFALE

**21** Le novità dei prodotti a marchio Conad

## COMUNITÀ CONAD

**28** La voce delle Cooperative e dei Soci, l'impegno sul territorio

## SVILUPPO DELLA NOSTRA RETE

**34** Nuove aperture e ristrutturazioni

# Un 2024 di crescita per Conad, con prospettive positive per il 2025

Come sempre il tempo corre veloce e siamo già pronti a scambiare gli auguri per le feste di fine anno. Ma, prima degli auguri, vorrei condividere con voi anche qualche considerazione su questo 2024.

Durante quest'anno hanno continuato a manifestarsi tutte quelle crisi - dalle guerre ai danni creati dai cambiamenti climatici, dalla scarsità di materie prime all'inflazione - che già ci avevano messo sotto tensione negli anni precedenti. Gli effetti di queste situazioni critiche li dovremo affrontare anche nel prossimo anno.

Per questo, anche il 2025 sarà un anno complesso, dove la perdita di potere di acquisto delle famiglie italiane spingerà ancora alla ricerca di convenienza e di innovazione.

Nel 2024 la forza della nostra organizzazione, le nostre strategie e l'impegno di ogni persona che lavora nel mondo Conad, unitamente a quello delle nostre Cooperative e del Consorzio, ci hanno consentito di continuare quel percorso di crescita che ha caratterizzato i nostri ultimi 10 anni. Anche nel 2024 cresceremo più del mercato, sia a valore sia a volumi. Ma è stata una crescita più contenuta, sostenuta da alcuni nostri straordinari successi. Primo fra tutti la crescita della nostra marca commerciale: oggi i prodotti a marchio Conad valgono quasi il 34% delle nostre vendite. Poi con l'avvio di una strategia omnicanale che ci consente di rafforzare la relazione con i clienti anche con l'offerta di servizi e con la qualità delle nostre iniziative di fidelizzazione.

Omnicanalità, digitalizzazione, MDD sono i tre pilastri per continuare a crescere, unitamente alla continua ricerca di efficienza in ogni aspetto della nostra attività, dai rapporti con i fornitori alla supply chain, dalla definizione degli assortimenti alla comunicazione ai clienti. Con questa impostazione difendiamo i margini del nostro lavoro e manteniamo fede al piano di investimenti per l'ammodernamento della rete e per l'innovazione.

Infine, anche nel 2024 abbiamo confermato la nostra leadership: siamo senza dubbio la più grande e l'unica insegna presente su tutto il territorio nazionale. E questo ci è riconosciuto dagli analisti nazionali e internazionali, che riconoscono che Conad è il primo e più importante brand della GDO in Italia.

Questo andamento positivo in una situazione così complessa è stato possibile grazie ai valori e ai principi in cui ognuno di noi si riconosce. La nostra è una tra le maggiori imprese cooperative in Europa perché ognuno di noi ci mette qualcosa in più, perché ogni Socio, con i suoi collaboratori, fa tutto quello che è possibile fare per i propri clienti. E per quelli che verranno.

Come prima accennato, il 2025 non sarà tanto diverso dal 2024. Ma sono certo che, grazie al vostro impegno, anche l'anno prossimo continueremo a crescere, dimostrando ancora una volta la forza di essere "persone oltre le cose".



**Mauro Lusetti**  
Presidente Conad

# la nuova frontiera della beauty care

La nostra nuova linea dedicata a chi desidera prendersi cura di sé con prodotti efficaci, che abbracciano Scienza e Natura



Nella nostra newsletter di novembre vi abbiamo anticipato le tante novità previste per il lancio di questa nuova linea, caratterizzata da **un'offerta completa di prodotti per una beauty routine efficace, dalle performance professionali.**

Ripercorriamo insieme gli elementi distintivi del mondo Essentiae LAB, raccontandovi anche del progetto che ha dato vita all'allegato speciale che trovate all'interno di questo numero.

## UN ASSORTIMENTO PREMIUM NEL MONDO CURA PERSONA

Essentiae LAB porta sugli scaffali dei punti vendita Conad una gamma completa di **prodotti premium** studiati per soddisfare le diverse esigenze di beauty routine dei nostri clienti: abbiamo sviluppato nove prodotti dedicati alla cura del viso, quattro per il corpo e nove per i capelli.

Questo lancio rappresenta un importante passo avanti per noi di Conad nel settore del cura persona, offrendo prodotti altamente performanti e rendendo accessibile a tutti un trattamento viso, corpo e capello di lusso.

## L'INCONTRO PERFETTO TRA NATURA E SCIENZA

Ciò che rende Essentiae LAB unica sul mercato è il **connubio tra l'efficacia della scienza e la passione per la natura.** L'intera linea è realizzata a partire da formulazioni che vantano **oltre l'80% di ingredienti di origine naturale** e combina attivi scientificamente riconosciuti, come niacinamide, acido ialuronico e ceramidi, a estratti botanici come la peonia e il fiore di cera.

## L'ESPERIENZA SENSORIALE

Ogni prodotto è stato sviluppato per offrire un'esperienza sensoriale unica attraverso **texture setose e fragranze botaniche raffinate.** Questi elementi trasformano la routine quotidiana in un rituale di vero benessere.

## IL PIANO DI LANCIO

Per presentarvi la nuova linea, a settembre abbiamo realizzato una pochette brandizzata Essentiae LAB con al suo interno uno speciale roller di giada abbinato al Gua Sha, un antico strumento di massaggio orienta-

le per viso e corpo, perfetto per sciogliere le tensioni muscolari e promuovere il drenaggio linfatico. Un **gadget "esperienziale"** ideato per associare il mondo di Essentiae LAB ai gesti di una beauty routine efficace e professionale, come in una SPA. La presentazione di questa nuova linea è poi stata supportata da un **ampio piano di comunicazione** che ha affiancato ai touchpoint più tradizionali un mix di attivazioni più innovative e contemporanee, in linea con gli obiettivi della nuova marca e i trend emergenti. Per citare qualche esempio di attività, abbiamo realizzato una **"discovery box"** contenente una selezione di prodotti Essentiae LAB con l'obiettivo di far scoprire in anteprima al mondo dei media e degli influencer selezionati le caratteristiche distintive della nuova linea e promuovere lo sviluppo di contenuti dedicati attraverso i rispettivi canali. Un ingaggio più esperienziale e tattico nei confronti dei nostri clienti è stato realizzato anche attraverso il magazine **Bene Insieme**: nel numero di ottobre sono state inserite bustine monodose di burro corpo, per un totale di 800.000 sampling. I contenuti prodotti a livello di ecosistema digitale, anche attraverso la selezione mirata di un **piano di influencer attivi nel campo beauty**, ha alimentato una comunicazione fresca, coinvolgente, focalizzata su una beauty routine completa ed efficace attraverso i 3 step fondamentali: deterzione, idratazione, nutrimento e protezione. Oltre a queste attività, il piano di comunicazione ha incluso strumenti più tradizionali

come radio e TV in store e materiali di supporto per il punto vendita. Tutto ciò è stato studiato per creare un ecosistema di comunicazione sinergico, capace di amplificare il messaggio e rafforzare il posizionamento della nuova linea.

## LEZIONI DI BEAUTY CON "ELISIR DI BELLEZZA"

Come allegato speciale di questo numero trovate **"Elisir di bellezza"**, una guida in 10 punti che analizza gli ingredienti chiave della nuova linea e i relativi benefici, costruita grazie alla consulenza della Dottoressa Marella Campo, cosmetologa e autorità nel settore del benessere cutaneo. Questo vademecum verrà pubblicato sul sito conad.it e diffuso ai media, con l'obiettivo di raccontare con autorevolezza e grande efficacia le proprietà benefiche degli attivi scientificamente riconosciuti nel mondo beauty e degli estratti naturali. Un contenuto che riteniamo possa esservi utile per avere approfondimenti più tecnici sul mondo delle formulazioni Essentiae LAB, così da poter comunicare al meglio ai nostri clienti le caratteristiche distintive di questi nuovi prodotti e guidarli nella scelta di quelli più adatti alle loro esigenze di bellezza. **Solo insieme possiamo costruire valore su questa nuova marca.**

Leggi "Elisir di Bellezza": l'allegato speciale di questo numero



SCARICA QUI LA VERSIONE DIGITALE

# Si è concluso "Il Villaggio dello Sport in Tour" insieme a Sport senza Frontiere



Sette tappe da Nord a Sud per promuovere lo sport come strumento di benessere e inclusione sociale

Si è conclusa lo scorso 27 ottobre a Catania l'iniziativa "Il Villaggio dello Sport in Tour", che coniuga il nostro impegno per il benessere delle comunità con il sostegno alle Associazioni e Società Sportive Dilettantistiche che operano sul territorio. Le tappe di questo evento itinerante, organizzato in collaborazione con **Sport Senza Frontiere**, sono state sette: siamo partiti da Torino il 22 luglio e abbiamo poi toccato Roma, Pescara, Rimini, Piacenza, Trento e, infine, Catania. Abbiamo raccontato il progetto nel numero di Comma settembre in occasione della conferenza stampa di presentazione che si è svolta a Roma e riprendiamo ora la narrazione del tour appena concluso.

## IL TOUR

"Il Villaggio dello Sport in Tour" è un grande evento dello sport solidale dedicato ai giovani, alle famiglie, alle scuole e alle associazioni sportive, e ha l'obiettivo di **promuovere importanti valori fondanti per la pratica dello sport**.

Questa iniziativa, patrocinata da Sport e Salute, nasce dall'impegno condiviso di Conad e Sport Senza Frontiere, ente del terzo settore (ETS) che da oltre 10 anni promuove lo sport come strumento di inclusione sociale e come percorso educativo offerto a centinaia di minori che vivono in situazioni di disagio socio-economico.

Nelle sette tappe del tour i ragazzi hanno avuto la possibilità di provare gratu-

itamente numerose attività sportive, fra cui calcio, volley, scherma, basket, judo, ginnastica artistica e ritmica, scacchi. In ogni villaggio lo stand Conad ha accolto famiglie e bambini, offrendo loro gadget e merende Verso Natura Conad e sottolineando l'importanza di uno stile di vita attivo e di una corretta alimentazione.

Il tour ha coinvolto **oltre 4.200 persone**, un risultato importante che testimonia l'importanza dello sport e del benessere all'interno della Comunità.

In tutte le città abbiamo invitato le istituzioni locali a partecipare per rafforzare i legami con il territorio, coinvolgendo Soci e Cooperative e implementando diverse attività di ufficio stampa.

Radio e video instore, locandine per il punto vendita e post social hanno completato la campagna di comunicazione dell'attività.

"Abbiamo deciso di dare il via a questa iniziativa, che tocca tutta l'Italia da Nord a Sud, per ribadire il nostro sostegno al mondo dello sport dilettantistico, che da anni supportiamo attraverso le Cooperative associate e all'attività di Fondazione Conad ETS - racconta **Giuseppe Zuliani, Direttore Customer Marketing e Comunicazione di Conad** - Per noi di Conad, sport significa impegno, umiltà, spirito di squadra, inclusione e piacere di stare insieme. Noi vogliamo incentivare uno stile di vita sano e all'insegna del benessere, contribuendo

a diffondere nelle comunità questi importanti valori".

"Il Villaggio dello Sport in Tour è una festa che nasce come momento d'incontro intorno allo sport, una giornata all'insegna dell'attività sportiva intesa come gioco, dedicata in particolar modo ai bambini, agli adolescenti e alle famiglie, ma aperta a tutti - ha spiegato **Alessandro Tappa, presidente di Sport Senza Frontiere** - L'obiettivo dell'associazione, che in questa occasione ha organizzato questo tour, è quello di permettere ai bambini meno fortunati la pratica dello sport, migliorando la loro integrazione, prevenendo la povertà educativa e il rischio di esclusione sociale soprattutto nei mesi estivi".

## IL PROGETTO "SOSTENIAMO IL FUTURO DELLO SPORT"

L'iniziativa "Il villaggio dello sport in tour" si inserisce all'interno di un progetto più ampio: **SOSTENIAMO IL FUTURO DELLO SPORT**. Un progetto che nasce dalla volontà di aiutare concretamente Associazioni e Società Sportive Dilettantistiche, offrendo loro la possibilità di ottenere gratuitamente nuove attrezzature e prodotti sportivi, attraverso una raccolta buoni ed un catalogo a loro riservato e dedicato.

Dal 24 giugno al 15 settembre 2024, infatti, in tutti i punti vendita Conad che hanno esposto il materiale pubblicitario, tutti i nostri clienti titolari di Carta Insieme e Carta Insieme Più Conad Card hanno potuto raccogliere i Buoni Sport da donare alle società sportive del territorio.

Questo progetto ha raggiunto numeri importanti: sono state **oltre 13.700 le Società Sportive Dilettantistiche e le Associazioni iscritte**, rappresentative di oltre **60 sport** e discipline, di cui 51 paralimpiche, con **oltre 165 milioni di Buoni Sport distribuiti**. "Sosteniamo il futuro dello Sport" si inserisce all'interno della strategia di sostenibilità concreta della nostra insegna "Sosteniamo il futuro", basata su tre dimensioni: Ambiente e Risorse, Persone e Comunità, Imprese e Territorio.



TORINO  
22 LUGLIO



ROMA  
10 SETTEMBRE



PESCARA  
27 SETTEMBRE



RIMINI  
29 SETTEMBRE



PIACENZA  
11 OTTOBRE



TRENTO  
13 OTTOBRE



CATANIA  
27 OTTOBRE



# Conad lancia il Manifesto per la Marca Commerciale

Presentate a Bologna le linee strategiche per lo sviluppo sostenibile della nostra Marca in occasione di una Convention dedicata ai fornitori.

Lo scorso 24 ottobre, a Bologna, abbiamo riunito 500 fornitori di prodotti a marchio Conad per un evento che segna una tappa fondamentale nel nostro percorso: la presentazione del **Manifesto Conad per la Marca Commerciale**. Questo documento strategico definisce le linee guida per lo sviluppo sostenibile della nostra marca, consolidando il suo ruolo centrale nella nostra offerta, nella relazione con i nostri clienti e fornitori.

## MDD CONAD: IL CUORE DELLA NOSTRA IDENTITÀ'

Nel 2023, la marca Conad ha raggiunto risultati straordinari: una quota del 33,2% nel canale supermercati sul totale del largo consumo confezionato e un fatturato di 6 miliardi di euro, con una crescita del 12,9% rispetto al 2022. Numeri che dimostrano quanto i prodotti a marchio Conad siano un **punto di riferimento per oltre 12 milioni di famiglie italiane**.

La nostra MDD è un **elemento distintivo della nostra identità**, un punto di forza che unisce Soci, Cooperative e Consorzio in un legame di fiducia e appartenenza. Grazie alla sua capacità di fidelizzare e guidare le scelte dei consumatori, rappresenta una leva strategica che ci distingue nettamente dalla concorrenza, diventando un vero e proprio "choice trigger" per i nostri clienti, in grado di condizionare la scelta del punto vendita dove fare la spesa.

## UN MOTORE PER L'ECONOMIA ITALIANA

Il valore della nostra MDD va ben oltre gli scaffali dei nostri negozi. Lo studio condotto da The European House – Ambrosetti e TEHA Group, presentato durante la Convention, ha messo nero su bianco l'impatto straordinario della nostra filiera MDD: genera circa **75 miliardi di fatturato, 9,3 miliardi di euro di valore aggiunto, incide per il 12% del totale dell'agrifood italiano e occupa 110 mila lavoratori**.

## IL BASTIONE DI SOSTENIBILITÀ DELLA NOSTRA INSEGNA

La Marca Conad rappresenta un pilastro dell'innovazione sostenibile. Abbiamo lavorato e stiamo lavorando per renderla un vero e proprio bastione del posizionamento di sostenibilità della nostra insegna, ispirandoci alla piramide strategica che guida il nostro lavoro quotidiano. Nel corso dell'ultimo anno, abbiamo condotto uno studio strategico per rafforzare la sostenibilità dei nostri prodotti a marchio, analizzando concorrenza, normative e preferenze dei consumatori. Questo lavoro ci ha permesso di identificare i **temi ESG** (Environmental, Social, Governance) su cui concentrare il nostro sviluppo futuro. Stiamo mettendo in campo strumenti concreti per guidare un cambiamento significativo in due ambiti fondamentali: la **decarbonizzazione** (riduzione dell'impatto ambientale dei nostri prodotti) e la **salute e benessere** (offerta di prodotti sempre più salutari e attenti alle esigenze alimentari dei nostri clienti). Due esempi di pilastri che rappresentano la nostra risposta alle sfide ambientali e sociali, con l'obiettivo di

creare valore per i nostri clienti e per l'intera comunità. Sui temi ESG ci daremo **obiettivi di medio-lungo periodo** attraverso l'utilizzo di KPIs quantificabili e misurabili, che ci permetteranno di monitorare i progressi e garantire la conformità alle nuove direttive europee.

## ESSERE PARTNER CONAD PER UNA CRESCITA SOSTENIBILE

Essere fornitori MDD Conad non significa solo entrare in una filiera: significa diventare parte integrante di un sistema che promuove la crescita economica, la sostenibilità e l'innovazione. Collaborare con Conad rappresenta una leva strategica che migliora gli indicatori di produttività, redditività e propensione all'investimento, creando valore per tutte le parti coinvolte.

Proprio per dare un aiuto concreto alle nostre aziende partner nello sviluppo dei prodotti a marchio Conad che affrontano la transizione ESG con decisione, abbiamo siglato un **accordo esclusivo con SACE** - gruppo assicurativo e finanziario italiano, controllato direttamente dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, specializzato nel sostegno alle imprese e al tessuto economico nazionale.

Attraverso questa intesa, che rappresenta un unicum e ha natura esclusiva nel settore, metteremo a disposizione dei nostri fornitori di prodotti a marchio - con particolare attenzione alle PMI - i servizi assicurativi e di garanzia offerti da SACE, consentendo un miglior dialogo con le banche di riferimento, in un percorso di medio/lungo termine con l'obiettivo di facilitare l'accesso al credito, fornire maggiore liquidità e affrontare con successo le sfide del mercato.

In questo **cammino verso un futuro sostenibile e di successo**, a cui hanno già aderito con entusiasmo molti fornitori, il **Manifesto Conad per la Marca Commerciale** svolge un ruolo fondamentale nel definire i pilastri strategici e gli elementi chiave per l'evoluzione attuale e futura della nostra Marca, stabilendo i valori guida per la costruzione di partnership di valore in grado di promuovere e sostenere la transizione ESG.

SCARICA QUI IL MANIFESTO CONAD PER LA MARCA COMMERCIALE:



# Focus

Per noi di Conad il Natale non si misura solo in vendite o numeri, ma in sorrisi e gesti concreti di solidarietà. La campagna 2024 nasce da questa visione: alimentare le forze positive della comunità, sostenendola attraverso piccoli gesti concreti che, messi insieme, riescono a creare un grande impatto sul suo futuro. Senza mai perdere di vista il gusto dell'eccellenza che contraddistingue la nostra offerta MDD, anche in questo momento speciale dell'anno.



## Il Natale di Conad

**Una campagna valoriale per esprimere l'unicità della nostra insegna.**

Nel periodo più magico, noi di Conad scegliamo ogni anno di raccontare una storia diversa, ispirata da sempre ai valori che contraddistinguono la nostra identità, l'essenza che ci rende unici. Non è solo una storia di festività, ma di impegno, solidarietà e speranza, che si rinnova con intensità. La campagna natalizia è il momento più importante per la comunicazione valoriale del nostro Sistema e un'opportunità per comunicare le azioni concrete che portiamo avanti nelle comunità in cui operiamo. La nostra insegna si conferma un punto di riferimento per le famiglie italiane, portando avanti una tradizione di responsabilità sociale e attenzione ai bisogni delle persone.

**Il Natale di Conad è un Natale di comunità, impegno e speranza.**

### VALORI CONDIVISI

Per noi di Conad, il Natale non si misura solo in vendite o numeri, ma in sorrisi e gesti di solidarietà. La campagna 2024 nasce da questa visione: alimentare le forze positive della comunità, sostenendola attraverso piccoli gesti concreti che, quando messi insieme, riescono a creare un grande impatto sul suo futuro. Ogni Socio imprenditore diventa protagonista di questa missione, portando nelle comunità locali non solo prodotti, ma valori di sostegno, vicinanza e fiducia.

### INIZIATIVE CONCRETE DI SOLIDARIETÀ

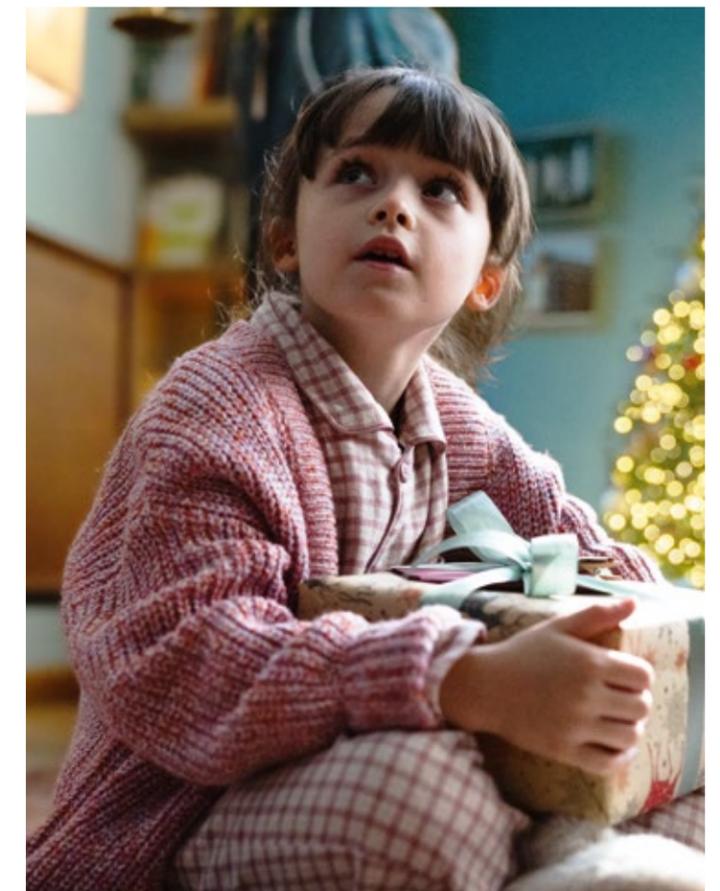
Nei punti vendita Conad il Natale è abbinato sempre a iniziative solidali concrete. Quest'anno, ancora una volta, insieme ai clienti sosteniamo gli ospedali e i reparti pediatrici del nostro territorio con la collezione delle campanelle di Natale

Disney e abbiamo attivato una raccolta fondi tramite la vendita delle Stelle di Natale a sostegno di AISM, Associazione Italiana Sclerosi Multipla.

### STRATEGIA DI COMUNICAZIONE: UN DUPLICE OBIETTIVO

Conad a Natale entra nelle case degli italiani con una strategia di comunicazione alimentata da un duplice obiettivo: da un lato, una comunicazione valoriale di sostegno alla comunità e di relazioni positive; dall'altro, un'attivazione commerciale che valorizza la nostra offerta di prodotti premium MDD attraverso il Catalogo di Natale.

**Per noi di Conad celebrare il Natale significa sostenere la Comunità e costruire insieme un domani migliore.**



# Alimentiamo le forze positive della Comunità

**Intervista a Giuseppe Zuliani: la strategia di Conad per il Natale e il futuro della nostra comunicazione.**



Conad si prepara a chiudere un 2024 di risultati importanti e a inaugurare un 2025 ricco di innovazioni nel campo della comunicazione. In questa intervista, Giuseppe Zuliani, Direttore Customer Marketing e Comunicazione di Conad, ci racconta come l'insegna stia evolvendo la propria strategia verso un 2025 di grande innovazione. Un percorso che mantiene saldo il DNA di Conad come 'impresa per la Comunità', adattandolo alle nuove esigenze dei clienti e alle opportunità offerte dal digitale per creare relazioni a contatto con la vita delle persone.

**Conad attribuisce da sempre al Natale un valore speciale. Quali sono le iniziative che concretizzano questo impegno verso le comunità?**

Il Natale è un momento centrale per Conad, non solo dal punto di vista commerciale, ma anche per rafforzare i nostri valori di vicinanza e per alimentare le forze positive della Comunità. Da quattro anni, affianchiamo alle festività natalizie iniziative di fidelizzazione a sostegno degli ospedali e dei reparti pediatrici del nostro territorio. Quest'anno abbiamo realizzato il collezionamento delle campanelle Disney (di cui

parleremo nelle prossime pagine, ndr) registrando un successo oltre le aspettative e superando i 2 milioni di euro raccolti grazie al contributo dei nostri clienti, con una media di quasi 100.000 euro per ospedale. È un percorso virtuoso che genera valore per tutti. I clienti ottengono oggetti molto apprezzati; i nostri negozi hanno un efficace strumento di fidelizzazione. Ma il beneficio più importante è quello per la comunità: si crea una vera e propria **filiera della sostenibilità**, dove ogni attore contribuisce con la propria parte di valore. In particolare, questa iniziativa ci permette di creare un'alleanza strategica con il settore pubblico, portando risorse proprio dove c'è più bisogno. Questo significa essere un'"**impresa per la comunità**", capace di generare valore tangibile per il territorio.

**Parlando di comunicazione, come si traducono i valori di Conad nella campagna di Natale?**

La campagna natalizia per noi è molto più di un messaggio commerciale: è un modo per narrare chi siamo e cosa rappresentiamo. Ci impegniamo a **costruire storie che ispirino valori socialmente rilevanti, mantenendo sempre un forte legame con il nostro ruolo imprenditoriale**. Ogni nostro negozio deve essere gestito per produrre valore attraverso un utile, ma questo non basta per essere imprenditori di Conad: noi dedichiamo parte di questo valore creato per sostenere le comunità.

Il Natale è anche un momento competitivo per la comunicazione, con tante catene della GDO che lanciano la loro campagna di auguri. Abbiamo l'obiettivo di **mantenere la leadership nella notorietà**, essere il primo marchio che gli italiani associano alla

grande distribuzione. Questo richiede idee forti e l'abilità nel costruire un racconto con tutte le sfumature del nostro essere "Persone oltre le cose", emozionando.

Da queste premesse fondamentali, questo Natale raccontiamo una storia sul valore dei rapporti e dei gesti di affetto, insegnandoci che **prendersi cura del futuro significa prendersi cura dei più piccoli, già oggi**.

**Che ruolo hanno i Soci Conad nella diffusione di questi valori?**

Il Socio Conad è centrale nella nostra visione e missione. Dal 1962, il nostro statuto definisce il Socio come un imprenditore che deve bilanciare l'equilibrio economico-finanziario con un **ruolo di primaria importanza nelle comunità in cui vive e opera**.

È grazie al loro lavoro quotidiano che riusciamo a garantire che l'impatto delle nostre iniziative sia diretto e rilevante per le comunità locali, creando valore per il territorio. I nostri Soci svolgono quindi un ruolo determinante, **sono la forza del nostro Sistema, al vertice della nostra piramide strategica** e, nonostante il nostro modello organizzativo sia nato ormai più di 60 anni fa, è sempre più attuale e moderno, attento alla Responsabilità Sociale e capace di rispondere alle esigenze di un mercato in continua evoluzione.

**Guardando al 2025, quali saranno i cardini strategici della nuova campagna di comunicazione?**

Sarà un anno di grande innovazione, verso tre macro obiettivi: costruzione di notorietà, di considerazione della nostra insegna e conversione verso l'acquisto.

Oltre a sostenere il piano promozionale dei negozi fisici, potenziaremo la comunicazione a supporto dell'intero ecosistema Conad: dalle parafarmacie ai PetStore, fino alla valorizzazione dei servizi HeyConad come salute e benessere, viaggi, assicurazioni e assistenza veterinaria.

**La nostra comunicazione dovrà evolvere per rispondere ai cambiamenti nelle abitudini delle persone.**

Oggi i clienti hanno rivoluzionato il loro modo di fruire di contenuti e fare acqui-

sti. Per questo, dobbiamo essere presenti nei momenti chiave del loro percorso decisionale: quando devono scegliere l'insegna dove fare la spesa e quando valutano l'acquisto di prodotti o servizi. Vogliamo accompagnarli in modo efficace dall'interesse iniziale fino alla decisione d'acquisto finale, attraverso una **strategia multicanale coerente e integrata**.

Svilupperemo **5 campagne tematiche** che si alterneranno durante l'anno: convenienza, food experience, salute e benessere, ecosistema digitale e comunità.

Un elemento chiave sarà il media mix: il 70% degli investimenti sarà destinato alla televisione, inclusa la TV connessa, e il 30% al digitale e ai social. Inoltre, continueremo a puntare sui micro-influencer, che si sono rivelati efficaci nel raccontare i nostri valori in modo autentico, coerente, moderno.

**E per il futuro a lungo termine?**

Credo che la comunicazione debba essere sempre più orientata verso la **costruzione di una relazione**. I clienti oggi cercano esperienze destrutturate, come dimostra il successo delle serie TV fruibili su diverse piattaforme. Dobbiamo essere presenti dove i nostri clienti spendono il loro tempo nei diversi media, dallo smartphone, al PC o allo schermo TV. La televisione resterà una piattaforma centrale per costruire una relazione emozionale e per dare adeguata copertura alle nostre Campagne di Comunicazione, ma dovremo pianificare in modo più puntuale per seguire la **frammentazione delle audience**. Allo stesso tempo, la **digitalizzazione** offrirà nuove opportunità per instaurare **relazioni personalizzate in funzione dei diversi target di comportamento di acquisto**. Dobbiamo raggiungere le persone nei momenti che contano attraverso i punti di contatto che prediligono, costruendo e mantenendo relazioni nel tempo. **Pensiamo che il futuro appartenga alle imprese che sapranno comunicare in modo positivo, concreto e impegnato**. Questo sarà il nostro obiettivo: raccontare chi siamo, i vantaggi che offriamo per soddisfare i bisogni dei nostri Clienti, come possiamo contribuire al benessere delle comunità dove vivono.

# Sosteniamo il futuro delle nuove generazioni

**On air da dicembre la nuova campagna di Natale 2024, un omaggio ai gesti di amore che uniscono le generazioni.**

Il Natale rappresenta per noi di Conad l'occasione perfetta per rafforzare il nostro impegno verso la Comunità e le nuove generazioni. In questo periodo magico, scegliamo di raccontare una storia che parla al cuore delle famiglie italiane, comunicando i nostri valori in modo unico e distintivo.

L'obiettivo di comunicazione è presidiare la leadership Top of Mind nel periodo di Natale, con una campagna di advertising memorabile, che generi emozioni. Il valore da comunicare: **le nuove generazioni sono il nostro futuro e insieme dobbiamo sostenerlo.**

## **UN RACCONTO CHE UNISCE GENERAZIONI**

Il concept dello spot natalizio di quest'anno si sviluppa attorno a un momento intimo e prezioso: il rapporto tra un nonno e la sua nipotina. La narrazione si snoda attraverso piccoli gesti quotidiani che si trasformano in momenti straordinari, dimostrando come l'amore possa manifestarsi nelle forme più semplici e autentiche. Lo spot racconta di come un malinteso sulla lista della spesa si trasformi in un dolce momento di complicità tra generazioni, ricordandoci che **"Ogni gesto d'amore è un gesto speciale"**.



## **UNA CAMPAGNA INTEGRATA CHE PARLA DI FUTURO**

"Le nuove generazioni sono il nostro futuro e insieme dobbiamo sostenerlo": questo è il messaggio implicito della nostra campagna valoriale natalizia, declinato attraverso molteplici touchpoint del nostro ecosistema di comunicazione. La strategia prevede una presenza capillare su canali differenti, dalla TV, alla radio, alla stampa, al digital. Ogni elemento della comunicazione è pensato per rafforzare il legame tra l'insegna e le famiglie, consolidando quel rapporto di fiducia che va oltre il semplice atto dell'acquisto. L'**approccio multicanale** accompagna il cliente in ogni momento anche oltre la sua tradizionale esperienza d'acquisto, creando connessioni significative attraverso diversi strumenti di comunicazione che si completano a vicenda. Questa orchestrazione armonica dei messaggi permette di costruire una relazione autentica e duratura con i nostri clienti.

## **COMUNICAZIONE VALORIALE E ATTIVAZIONE COMMERCIALE**

La nuova campagna di Natale 2024 si pone un duplice obiettivo: da un lato, dare voce ai valori profondi che caratterizzano il DNA della nostra insegna, da sempre vicina alle persone e radicata nei territori; dall'altro, valorizzare l'ampio assortimento di prodotti premium MDD Saponi&Dintorni e Saponi&Idee Conad per soddisfare al meglio i bisogni dei nostri clienti legati ai festeggiamenti e ai momenti di condivisione. In questo modo Conad si fa portavoce non solo di eccellenza MDD attraverso i prodotti presenti nel catalogo di Natale Saponi&, ma anche di quei valori di vicinanza e solidarietà che rappresentano l'essenza autentica del Natale, come il nostro sostegno agli ospedali e reparti pediatrici del territorio, di cui parleremo nelle prossime pagine e che appare al termine del nostro film di Natale.

INQUADRA IL QR CODE E VIVI LA MAGIA DELLO SPOT DI NATALE SU CONAD.IT

## **Il film di Natale**

In una calda cucina domestica, una bambina di sei anni è intenta a creare lavoretti natalizi, mentre il nonno Luigi la osserva affettuosamente. La piccola chiede innocentemente se anche i nonni scrivono lettere a Babbo Natale. Così il nonno, colto alla sprovvista, stacca dal frigo un foglietto e sul retro di una lista della spesa scrive *"Vorrei passare più tempo con la mia nipotina"*, consegnando il biglietto nella busta alla piccola e chiedendole di pensarci lei a mandarla a Babbo Natale.

La bambina, ricevuta la lettera, decide di darsi da fare nel realizzare il desiderio del nonno, non avendo sufficiente tempo a disposizione per farla avere a Babbo Natale. Aiutata dal suo cagnolino, colleziona diversi prodotti Conad, tra cui una passata di pomodoro, una cipolla, un torrone, creando un pacchetto speciale con i prodotti della nostra insegna.

La mattina di Natale, nonno Luigi trova tra i regali una grande scatola con su scritto "Per nonno Luigi, da Babbo Natale". Quando la apre, inizialmente è confuso nel trovare gli ingredienti della spesa, finché non capisce il dolce equivoco: la sua letterina era stata scritta sul retro della lista della spesa! Il film si conclude con un tenero abbraccio tra nonno e nipote in pigiama, mentre il cagnolino scodinzola felice intorno a loro. Il desiderio di Natale è stato realizzato e nonno e nipote lo passeranno insieme.

# SAPORI & anche a Natale

Viaggio nell'Eccellenza

**Il nuovo catalogo di Natale Sapori& fonde le due anime delle nostre linee premium MDD: Sapori&Dintorni e Sapori&Idee Conad**

Le festività natalizie rappresentano il momento in cui tradizione e innovazione trovano la loro massima espressione in cucina. Per noi di Conad rappresentano un'occasione importante per far conoscere l'eccellenza dei nostri prodotti MDD come perfetti compagni di viaggio per i periodi di festa.

Con il nuovo Catalogo di Natale Sapori&, **accompagniamo i clienti in un viaggio enogastronomico all'insegna**

**della bontà e della sperimentazione**, valorizzando i prodotti premium delle linee Sapori&Dintorni e Sapori&Idee.

**Sapori&Dintorni**, ambasciatore da oltre vent'anni delle eccellenze regionali italiane, e **Sapori&Idee**, brand che esplora accostamenti inediti e ingredienti gourmet, si fondono in un percorso alla scoperta delle eccellenze culinarie che combina tradizioni e sapori regionali con innovazione e nuove frontiere del gusto.



## UN INCONTRO DI GUSTO

Con il Catalogo di Natale Sapori&, disponibile nei punti vendita Conad dal 1° al 24 dicembre 2024, invitiamo i nostri clienti a intraprendere un'esperienza di gusto che unisce tradizione e innovazione. Un viaggio che parte dai classici della nostra tavola per esplorare nuovi orizzonti di sapore con un tocco di creatività e influenze internazionali, in un menu che celebra tanto le tradizioni quanto la scoperta.

È proprio così che prende vita il nostro catalogo di Natale, attraverso ricette che celebrano le radici gastronomiche italiane, portandole in una dimensione contemporanea.

Questo percorso non è solo una festa per il palato, ma anche un tributo alla diversità culturale globale, dove i sapori di ogni regione si fondono con elementi esotici che sorprendono i sensi. **Un percorso senza tempo e senza confini che celebra la nostra offerta premium di prodotti.**



## Il lancio di SAPORI &

### La nostra campagna di comunicazione

Quest'anno è nato "Sapori&", il contenitore distintivo della nostra offerta premium MDD che racchiude Sapori&Dintorni e Sapori&Idee. Sapori& espande gli orizzonti culinari, guidando il cliente in un percorso di eccellenza, passione, curiosità e incontro.

La nostra campagna di comunicazione si è articolata attraverso un ampio ecosistema di touchpoint, tra cui digital, cataloghi, radio, influencer marketing e partnership editoriali.

Il viaggio nell'eccellenza di Sapori& è partito dal catalogo sviluppato in occasione della Pasqua, per poi proseguire con altre attivazioni importanti. Ad esempio nel mondo digital con l'utilizzo di influencer di settore su piattaforme come Instagram e TikTok che raccontano il "viaggio nell'eccellenza" attraverso ricette della tradizione reinterpretate in chiave moderna, invitando il pubblico a sperimentare nuovi abbinamenti con i prodotti Sapori&Dintorni e Sapori&Idee.

Un ruolo importante è svolto anche dal sito web dedicato Saporie.com che celebra l'eccellenza della nostra MDD attraverso ricette, consigli e proposte di vacanze alla scoperta di itinerari enogastronomici.

Alle attività di comunicazione verso il cliente si affiancano altre attivazioni con il mondo dei media, come collaborazioni editoriali con riviste di cucina, come La Cucina Italiana, Cucchiaino d'Argento e Sale&Pepe.

**E il viaggio nell'eccellenza continua oltre il Natale...a breve ci saranno altre novità!**

# "I gesti d'amore si fanno sentire"

**Per il quarto anno consecutivo sosteniamo gli ospedali e i reparti pediatrici di tutta Italia.**

Anche quest'anno, in occasione del Natale, abbiamo rinnovato il nostro impegno solidale verso gli ospedali e reparti pediatrici del territorio attraverso l'iniziativa "I gesti d'amore si fanno sentire", un progetto che unisce la magia del Natale all'aiuto concreto verso le persone più fragili e bisognose.

Grazie alla collaborazione con Disney, è nata una collezione di **12 campane natalizie**, ognuna raffigurante un soggetto tra quelli più iconici e che da sempre affascina grandi e piccoli. Questi oggetti decorativi, realizzati in plastica riciclata (ABS), pensati per decorare l'albero, abbellire la casa o creare speciali segnaposto, hanno riscosso un **successo notevole, oltre ogni aspettativa**. Ogni



15 euro di spesa, con 1,90€ in più, i nostri clienti possessori di Carta Insieme e Carta Insieme Più Conad Card hanno avuto la possibilità di ricevere la campanella di Natale Disney e devolvere 50 centesimi in beneficenza **a favore di 27 ospedali italiani per finanziare progetti o reparti pediatrici, dando così un sostegno concreto alle strutture sanitarie del territorio.**

## **UN SOSTEGNO COSTANTE PER LA COMUNITÀ CHE SI RINNOVA DI ANNO IN ANNO**

Il nostro impegno nel sostenere chi è più in difficoltà non è nuovo.

Essere a fianco delle Comunità per noi significa favorire il benessere delle persone attraverso piccoli gesti capaci di farci sentire parte di qualcosa di più grande che coinvolge tutti.

*"Per noi di Conad, la sostenibilità è un pilastro strategico, ed è alla base di tutte le nostre iniziative: una sostenibilità concreta che si realizza su più fronti, e che combina l'attenzione all'ambiente con il sostegno alle persone e alle Comunità. Per questo motivo, abbiamo scelto di riproporre per il quarto anno consecutivo la nostra iniziativa natalizia solidale a favore degli ospedali e dei reparti pediatrici di tutta Italia"* ha dichiarato **Francesco Avanzini, Direttore Generale di Conad.**

**Dal 2021 ad oggi, grazie a iniziative come questa, abbiamo raccolto oltre 5,8 milioni di euro a sostegno di reparti o progetti pediatrici** e questo non sarebbe stato possibile senza la generosità dei nostri clienti.

Un risultato straordinario che dimostra come tutti insieme possiamo fare la differenza, attraverso gesti di amore concreti a beneficio di un futuro migliore per le nostre Comunità.

## **Gli ospedali e i reparti pediatrici sostenuti dall'iniziativa**



- |  |   |
|--|---|
| 1 Fondazione dell'Ospedale Pediatrico "G. Salesi" - Ancona                     | Reparto Terapia Intensiva e Neonatologia - Perugia  |
| 2 Ospedale "Beauregard" - Aosta  | 16 Ospedale di Piacenza, Area Neonatologia e Ostetricia - Piacenza  |
| 3 Ospedale "Papa Giovanni XXIII", Servizio di Supporto Psicologico - Bergamo   | 17 Fondazione "G. Monasterio" - Pisa  |
| 4 Fondazione Policlinico "Sant'Orsola" - Bologna                               | 18 Ospedale "San Carlo", Reparto di Pediatria - Potenza   |
| 5 Ospedale dei Bambini, Servizio di Supporto Psicologico - Brescia             | 19 Arcispedale "Santa Maria Nuova", Reparto di Neonatologia e Terapia Intensiva Neonatale - Reggio Emilia |
| 6 Ospedale "G. Brotzu" - Cagliari  | 20 Ospedale di Rimini, Reparto di Pediatria - Rimini  |
| 7 Ospedale "A. Cardarelli" - Campobasso  | 21 Fondazione Ospedale "Bambin Gesù" - Roma   |
| 8 Azienda Ospedaliera "SS. Annunziata", Dipartimento di Pediatria - Cosenza    | 22 Ospedale "Casa Sollievo della Sofferenza", Reparto di Pediatria - San Giovanni Rotondo (Foggia)        |
| 9 Ospedale dei Bambini "Gaslini" - Genova                                      | 23 Ospedale Civile "G. Mazzini", Reparto di Pediatria - Teramo  |
| 10 Ospedale dei Bambini "V. Buzzi", Reparto di Cardiologia Pediatrica - Milano | 24 Fondazione Ospedale "Regina Margherita" - Torino   |
| 11 Associazione Pollicino per Policlinico di Modena - Modena                   | 25 Azienda Provinciale per i Servizi Sanitari, Dipartimento di Pediatria - Trento                         |
| 12 Ospedale "Santobono Pausilipon", Dipartimento di Pediatria - Napoli         | 26 Ospedale "Ca' Foncello", Reparto di Oncematologia Pediatrica - Treviso                                 |
| 13 Ospedale dei Bambini "G. Di Cristina" - Palermo                             | 27 Ospedale "Burlo Garofolo" - Trieste  |
| 14 Ospedale dei Bambini "P. Barilla", Reparto di Chirurgia Pediatrica - Parma  |   |
| 15 Ospedale "Santa Maria della Misericordia",                                  |   |

# Insieme sotto una buona stella: un gesto d'amore per il futuro dei più piccoli

**Dal 28 novembre all'11 dicembre,  
i punti vendita Conad  
si illuminano di speranza  
con un'iniziativa speciale  
a sostegno della ricerca  
sulla sclerosi multipla pediatrica.**

**SCLE  
ROSI  
MULT  
IPLA**  
associazione  
italiana

Anche quest'anno abbiamo scelto di sostenere la ricerca scientifica attraverso la vendita delle Stelle di Natale nei nostri punti vendita perché agire nel quotidiano, anche attraverso piccoli gesti, può fare una grande differenza.

## **UNA STELLA CHE ILLUMINA LA COMUNITÀ**

Le Stelle di Natale Conad rappresentano da tempo il **simbolo di un impegno collettivo** verso la ricerca scientifica. Dal 28 novembre all'11 dicembre, sulle stelle di Natale acquistate dalle società del Sistema Conad in vendita a 6,90€ la confezione presso i nostri punti vendita, **Conad devolverà 1 euro ad AISM, l'Associazione Italiana Sclerosi Multipla, per sostenere la ricerca scientifica sulla sclerosi multipla in età pediatrica.** AISM, Associazione Italiana Sclerosi Multipla, con la sua Fondazione FISM, è l'organizzazione in Italia che da oltre 50 anni interviene in modo completo su tutti gli aspetti

della sclerosi multipla (SM): sulle persone, la ricerca, i diritti. La scelta di sostenere questa causa non è casuale. La sclerosi multipla colpisce anche i più giovani, con circa il 10% dei casi che si manifesta prima dei 18 anni. È una realtà che richiede non solo attenzione medica, ma anche un forte supporto sociale. Il progetto di AISM che sosteniamo si pone come obiettivo quello di **valutare il ruolo dei fattori ambientali nello sviluppo della malattia, congiuntamente a quelli genetici, in soggetti di età pediatrica, così da poter intervenire nel tempo con strumenti di tipo preventivo ed educativo.** Partecipano a questa ricerca ben 30 centri clinici, che si occupano della diagnosi e gestione clinica di pazienti con sclerosi multipla pediatrica.

## **PICCOLI GESTI, GRANDI RISULTATI**

Come in una grande famiglia, ogni nostro punto vendita diventa parte di questa catena di solidarietà. Dal 2013 ad oggi, attraverso la vendita delle Stelle di Natale e grazie al prezioso contributo dei nostri clienti, abbiamo devoluto **oltre 1,4 milioni di euro a Fondazioni ed Associazioni a sostegno della ricerca scientifica.** Ogni Stella di Natale così da simbolo delle festività diventa anche un concreto messaggio di speranza e solidarietà.

## **UN IMPEGNO CHE VIENE DAL CUORE**

Siamo orgogliosi di poter offrire ai nostri clienti l'opportunità di partecipare a questa iniziativa di grande valore. Non si tratta solo di vendere una pianta natalizia, ma di contribuire attivamente a costruire un futuro migliore per tanti giovani pazienti e le loro famiglie. Insieme, Soci, collaboratori e clienti, possiamo fare la differenza nella vita di tanti bambini e delle loro famiglie.

## Sullo Scaffale

Le novità dei prodotti  
a marchio Conad

SCOPRI TUTTI  
I CODICI EAN  
DELLE NUOVE  
REFERENZE



In questo numero speciale di Comma dedicato al Natale, vi accompagniamo in un viaggio tra gli scaffali dei nostri negozi, alla scoperta delle ultime novità. Mentre la nuova linea **Piacersi Conad** continua a sorprenderci con nuovi lanci all'insegna del benessere, brillano sulle tavole delle feste **le nuove eccellenze firmate Sapori&Dintorni e Sapori&Idee Conad**, racchiuse nel Catalogo di Natale. Un viaggio di gusto dove ogni prodotto racconta una storia: quella di un Natale fatto di piccole scoperte quotidiane e grandi emozioni da condividere.

## Specialità Cremosa Gorgonzola DOP e Tartufo: **una sofisticata esperienza**

Per chi desidera un'esperienza di gusto sofisticata, Sapori&Idee Conad lancia due Specialità Cremose: Mascarpone e Gorgonzola DOP e Gorgonzola DOP e Tartufo.

Realizzate con latte italiano, queste proposte fondono la ricchezza di gusto del gorgonzola rispettivamente con il sapore cremoso del mascarpone e con l'intensità pregiata del tartufo, offrendo una consistenza cremosa e un sapore irresistibile da gustare al cucchiaino. Disponibili in vaschette con una finestra trasparente che ne svela la bontà, rappresentano una scelta eccellente per i menu delle festività.



## Leggerezza e gusto con il nuovo carpaccio di bresaola di angus del Nebraska **Sapori&Idee Conad**

Quello degli affettati è tra i mercati che cresce maggiormente durante i periodi di Festa. In linea generale, dopo il prosciutto cotto e il prosciutto crudo, l'affettato che viene più apprezzato dagli italiani è la bresaola. In vista del Natale, quindi, Sapori&Idee Conad ha lanciato una nuova appetitosa referenza che viene da lontano. Si tratta del "**Carpaccio di Bresaola di Angus del Nebraska**", un salume che racchiude la delicatezza e la morbidezza propria della carne di Angus, una razza bovina particolarmente pregiata, tipica dello stato americano del Nebraska. È un salume con pochi grassi, adatto per chi desidera un piatto leggero ma allo stesso tempo molto gustoso, grazie a una specifica marezzatura che garantisce una carne tenera e succosa.



## Blu di Bufala Sapori&Idee: il tocco da intenditori



Il **Blu di Bufala firmato Sapori&Idee Conad** è un formaggio erborinato di eccellenza per veri intenditori pronto a conquistare la tavola del Natale. Prodotto con latte di bufala italiano e affinato con una lunga stagionatura, presenta una pasta compatta, fondente al palato, di colore bianco paglierino, solcata dalle caratteristiche venature blu verdastre. Il sapore, deciso e fortemente aromatico, ne fa un protagonista d'eccezione per taglieri e

piatti sofisticati. Disponibile al banco taglio, è perfetto per chi cerca eccellenza e gusto intenso in un'unica proposta.



## Mozzarella Cuor di Ricotta Sapori&Dintorni con 100% latte di bufala: una coccola di gusto per il Natale 2024



Il marchio **Sapori&Dintorni Conad** presenta la **Mozzarella Cuor di Ricotta**, una novità assoluta per il periodo natalizio 2024. Realizzata con 100% latte di bufala, questa mozzarella unisce il sapore deciso e avvolgente del latte di bufala alla sorprendente cremosità di un cuore di ricotta, anch'essa di latte di bufala. Disponibile in pratiche vaschette con film personalizzato da 125 grammi, si distingue come un prodotto innovativo e unico sul mercato, ideale per arricchire le tavole festive con un tocco raffinato. Perfetta per chi desidera un'esperienza gastronomica ricca di tradizione e gusto.



## Il Natale Conad avrà il sapore di pistacchio: tartufo e pandoro Sapori&Idee Conad



Sarà il pistacchio, uno dei gusti più intriganti del momento, il re delle tavole natalizie dei clienti Conad, per vivere con la massima dolcezza il periodo di Feste.

A cominciare dalla gamma dei tartufi gelato di Sapori&Idee Conad che, accanto ai due dessert "Tartufo nero con cioccolato e crema Chantilly" e "Tartufo bianco panna e caffè", particolarmente amati dai nostri clienti, presenta il nuovo "Tartufo al Pistacchio".

Un tripudio di dolcezza, un'irresistibile delizia della pasticceria. Il gelato alla panna si fonde con quello al pistacchio per dar vita a una sfera con un cuore di morbido pistacchio, da scoprire ad ogni assaggio. Il **Tartufo al Pistacchio Sapori&Idee Conad** è realizzato con latte fresco e panna italiani ed è ricoperto da polvere di cioccolato bianco. La confezione contiene due gelati.

Anche nel segmento dei pandori c'è un'importante e gustosa novità: il nuovo **Pandoro al pistacchio Sapori&Idee Conad**,

che si distingue per una lunga lievitazione. Il sapore del pistacchio si scioglie nella morbidezza e dolcezza del pandoro, creando una deliziosa e originale versione del Pandoro tradizionale.



## Torroncini morbidi ricoperti Sapori&Idee: uno tira l'altro!



I **torroncini morbidi Sapori&Idee** arrivano sui nostri scaffali per offrire un'esperienza irresistibile anche ai palati più esigenti. Confezionati in un elegante sacchettino brandizzato che svela il suo interno, questi dolci sono arricchiti da croccanti mandorle e ricoperti da uno strato di cioccolato fondente o bianco. Ogni morso combina la morbidezza della base con la croccantezza delle mandorle, creando un equilibrio perfetto tra consistenze e sapori. Il formato di ogni sacchetto, da 130 grammi, rende ideale questo prodotto sia per un piccolo regalo che per gustosi momenti di condivisione durante le festività.



## I cereali prima colazione **Piacersi Conad** con una nuova veste

Se è vero che la mattina ha l'oro in bocca, è necessario partire nel modo più sano e nutriente fin dalla prima colazione.

Così la pensano gli italiani, dal momento che la categoria Cereali prima colazione sta vivendo un periodo di grande crescita, ponendosi sempre più come uno dei prodotti protagonisti delle nostre mattinate.

Anche nei negozi Conad si è registrato nell'ultimo anno un incremento a valore del 4,5%, confermando la nostra MDD leader in questa categoria.

In questo scenario, abbiamo realizzato il restyling grafico dei pack della categoria **Cereali prima colazione Piacersi Conad**, applicando i tratti distintivi del nuovo posizionamento della brand. Il nuovo pack si presenta quindi con colori più vivaci rispetto al passato, una grafica accattivante che mette al centro il prodotto e le sue qualità nutrizionali, dando ancora più evidenza al benessere e al gusto che contraddistinguono le referenze.

Il restyling riguarda tutti i prodotti della gamma Piacersi: **dai classici "Fiocchi di riso e frumento integrale" alla versione con l'aggiunta di cioccolato fondente e a quella con i frutti rossi, fino alla referenza "Fiocchi di frumento integrale e riso con frutta"**.



## Nuovi piatti bilanciati\* **Piacersi Conad:** gusto e praticità

Prendersi cura di sé ogni giorno e assecondare i propri desideri è il primo passo per essere felici e imparare a piacersi: a cominciare dalla tavola. Se poi i piatti sono anche bilanciati\* e facili da preparare, ancora meglio! Da questa premessa, nasce la **nuova linea di Piatti Pronti Bilanciati\* surgelati Piacersi Conad**, una gamma di prodotti capace di unire l'attenzione al benessere, con il gusto appagante e la praticità di una ricetta bilanciata\*.

Tre sono le nuove referenze del brand, all'interno di confezioni da 350 grammi, già pronte da preparare in padella o in microonde:

- **i 5 cereali integrali con filetti di pollo e verdure,**
- **il riso nero con legumi e fantasie di verdure**
- **il riso integrale con chicchi di cavolfiore, gamberetti e verdure.**

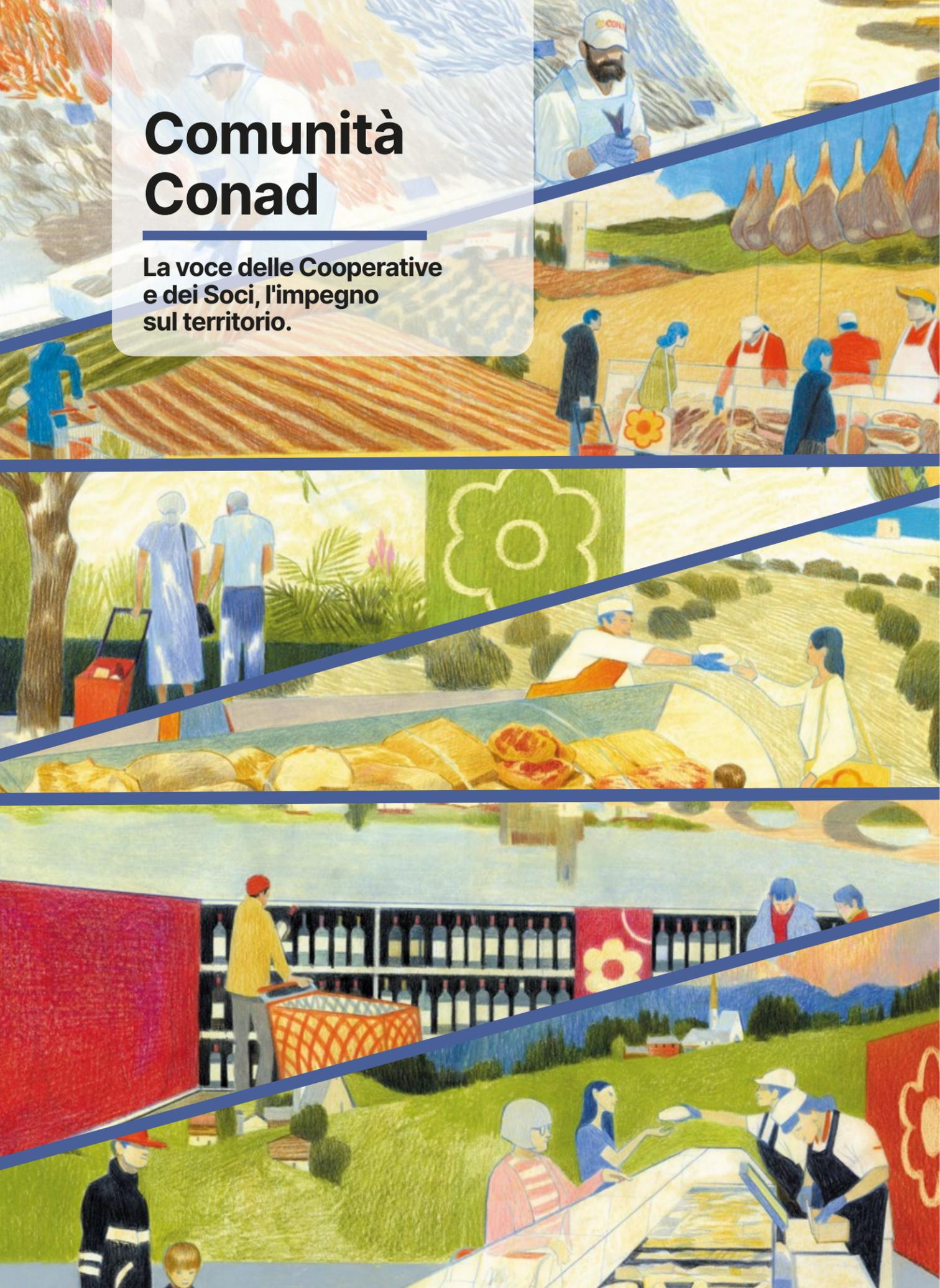
In linea con l'identità visiva della nuova marca, i pack catturano l'attenzione dei nostri clienti mettendo in evidenza i plus della nuova linea, e per completare il fabbisogno energetico di un pasto, in un regime alimentare di circa 2000kcal/giornaliero, sul retro è suggerito con che alimenti completare il piatto.

\*Con riferimento alla ripartizione su base giornaliera in energia dei principali nutrienti prevista dai LARN (Livelli di Assunzione di Riferimento di Nutrienti ed energia)



# Comunità Conad

La voce delle Cooperative  
e dei Soci, l'impegno  
sul territorio.



## # CONAD CENTRO NORD

### "Volontari senza Barriere" arriva a Fidenza: undici associazioni raccontano la solidarietà

La quarta edizione del format di Anmic Parma, sostenuta da Csv Emilia e Conad Centro Nord, ha dato voce alle realtà del territorio attraverso video che saranno trasmessi su 12TvParma

Undici associazioni per raccontare il volto solidale di Fidenza. È questo il cuore della quarta edizione di "Volontari senza Barriere-Piccolo spazio solidarietà", presentata il 2 ottobre 2024 nella Sala Consiglio del Municipio cittadino. L'iniziativa, promossa da Anmic Parma in collaborazione con Csv Emilia e il sostegno di Conad Centro Nord, punta a **dare visibilità alle realtà che ogni giorno si impegnano nel sociale**. Dal sostegno ai malati di Alzheimer all'integrazione culturale, dall'assistenza ai disabili alla tutela ambientale: le associazioni coinvolte - tra cui Adisco, Fattoria La Rebecca, Mediterranea e Auser Fidenza - rappresentano un mosaico variegato di impegno civico. Ogni realtà sarà protagonista di un video-racconto, trasmesso su 12TvParma ogni venerdì alle 18.40, a partire dal 4 ottobre, all'interno della trasmissione "Disabili senza Barriere". "I volontari sono

un patrimonio enorme per il nostro territorio, persone straordinarie che donano il proprio tempo agli altri", ha sottolineato il sindaco Davide Malvisi durante la presentazione. Gli ha fatto eco Walter Antonini, presidente di Anmic Parma: "A Fidenza abbiamo conosciuto una comunità solidale, forte e radicata, con un tessuto associativo vario e importante".

I video, realizzati dal giornalista Alberto Rugolotto, saranno anche diffusi nei punti vendita Conad del territorio e messi a disposizione delle associazioni per i loro canali di comunicazione. "Vogliamo riconoscere e valorizzare l'impegno quotidiano delle associazioni che lavorano per non lasciare indietro nessuno", ha dichiarato **Loredana Alinovi del CdA di Conad Centro Nord**, "ribadendo l'importanza di un progetto che abbatte non solo le barriere fisiche, ma anche quelle culturali e sociali".

## # CONAD CIA

### Dì Salute Weekend 2024: impegno e vicinanza alla Comunità

Presenti anche i Soci imprenditori di Cia con un punto informativo

Il 14 e 15 settembre 2024, Padova ha ospitato la terza edizione del Dì Salute Weekend, un evento che ha trasformato Prato della Valle in un grande villaggio della salute, dedicato alla prevenzione e al benessere. Tra gli sponsor chiave di questa manifestazione, **i Soci CIA del territorio, compresi i gestori dei punti vendita Spazio Conad, Conad City di via Facciolati e Spesa Facile Corte Bezzecca**, hanno avuto un ruolo centrale, sottolineando ancora una volta l'impegno della Cooperativa verso la comunità. L'edizione 2024 del Dì Salute Weekend ha offerto visite gratuite, check-up e incontri di divulgazione, coprendo una vasta gamma di specializzazioni mediche, tra cui controlli oncologici, oculistici, cardiovascolari, endocrinologici, dermatologici e molti altri. Gli ambulatori mobili, i gazebo attrezzati e la tensostruttura della Croce Rossa Italiana hanno permesso a centinaia di persone di ricevere consulenze mediche professionali in modo completamente gratuito. "La salute è una priorità alla quale rivolgiamo costantemente la nostra attenzione, come imprenditori e prima di tutto come cittadini di questo territorio - spiegano **i Soci**

**imprenditori di CIA presenti alla manifestazione** con una postazione informativa. - Essere vicini alle nostre Comunità significa attivarsi concretamente a sostegno di progetti e iniziative, come questa, che promuovono il bene comune coniugando benessere, salute, sport e il piacere di ritrovarsi insieme". Oltre ai check-up medici, il villaggio della salute ha offerto l'opportunità di cimentarsi in attività sportive come il padel, lo yoga e la camminata metabolica, sottolineando l'importanza di uno stile di vita attivo.



## # CONAD NORD OVEST

### Produttori **in vivavoce**

**La collaborazione con i produttori locali per valorizzare le tradizioni e la qualità del territorio**

In Conad Nord Ovest, il localismo non è solo una strategia commerciale, ma un impegno concreto che ne orienta le scelte. La Cooperativa collabora quotidianamente con produttori locali selezionati con cura, per garantire qualità e rispetto delle filiere, promuovendo i sapori autentici del territorio.

Dalla Toscana al Piemonte e Valle d'Aosta, dalla Liguria alla Sardegna, fino all'Emilia e al Lazio, l'obiettivo è chiaro: **creare valore economico per il territorio, ma anche tutelare le tradizioni locali e le radici, attraverso prodotti che raccontano la storia, la passione e il lavoro di chi li coltiva e li produce.** Un impegno al quale Conad Nord Ovest ha voluto dare ulteriore visibilità anche all'interno dei magazine dedicati al localismo, attraverso "Pro-

duuttori in Vivavoce": un nuovo progetto di grande valore, che dà voce e volto ai protagonisti della filiera. Nei magazine di ottobre e novembre, presenti nella sezione del sito Conad dedicata ai volantini, i produttori raccontano la propria esperienza e il proprio impegno per mantenere vive le tradizioni locali e garantire la qualità delle produzioni, invitando a scoprire le loro aziende e le eccellenze enogastronomiche del territorio attraverso i volti di chi, con passione, contribuisce a preservare questo prezioso patrimonio. **Una selezione di oltre 60 produttori, più di 300 referenze dei territori** in evidenza e un lavoro mirato, sono finalizzati a rendere i fornitori, le loro persone e i loro prodotti, protagonisti nei negozi e sulle tavole dei clienti Conad.

## # CONAD ADRIATICO

### Innovazione, imprenditorialità e talenti per lo sviluppo del territorio

**Presso la sede di Conad Adriatico a Monsampolo del Tronto, confronto su imprenditoria cooperativa, innovazione e valorizzazione dei talenti**

Conad Adriatico ha riunito presso la propria sede di Monsampolo del Tronto (AP) alcuni principali esperti del settore retail al fine di **esplorare nuove strategie per affrontare le sfide della Grande Distribuzione Organizzata.** L'incontro, svoltosi il 17 ottobre 2024, ha posto l'accento su tre pilastri fondamentali: imprenditorialità cooperativa, innovazione e valorizzazione dei talenti. "Il contesto in cui operiamo richiede scelte coraggiose, puntando sulla sostenibilità, l'innovazione e lo sviluppo delle persone," ha dichiarato Antonio Di Ferdinando, Amministratore Delegato di Conad Adriatico, sottolineando l'impor-

tanza di un approccio multicanale e di qualità, con particolare attenzione alle filiere locali. La conferenza, moderata da **Maria Cristina Alfieri**, ha visto interventi di spicco tra cui **Stefania Trenti** di Intesa Sanpaolo sull'evoluzione dei consumi, **Daniele Fornari** dell'Università Cattolica sulle sfide commerciali, **Vincenzo Perrone** sulla gestione dei talenti e **Pietro Grasso** sui temi della legalità. Il Presidente **Emiliano Ciaschetti** ha evidenziato come la forza del gruppo risieda nelle persone e nella loro capacità di collaborazione. L'impegno concreto di Conad Adriatico nella formazione è testimoniato dai numeri: nel 2023 sono state erogate oltre 40.000 ore di formazione a 2.860 Soci e Collaboratori. La Cooperativa promuove attivamente le collaborazioni con le università locali, offrendo programmi formativi e iniziative per preparare le nuove generazioni alle sfide del mercato, con un approccio che include anche il coinvolgimento dei fornitori per la condivisione di best practices lungo tutta la filiera. Queste attività mirano a preparare le nuove generazioni ad affrontare un mercato del lavoro sempre più competitivo, favorendo la diffusione di know-how e innovazione, la creazione di imprenditorialità qualificata e contribuendo al potenziamento delle competenze locali.



## # CONAD CENTRO NORD

### San Leo Green: **volontari in campo per ripulire il Lungoparma**

**KilometroVerdeParma, IBO Italia, Chiesi Farmaceutici e Conad Centro Nord insieme per una giornata di volontariato ambientale**

Una task force di volontari si è mobilitata per ripulire l'area del Ponte Nord di Parma e altre zone critiche della città. L'iniziativa "San Leo Green" ha visto la collaborazione tra il Consorzio Forestale KilometroVerdeParma, l'organizzazione di volontariato IBO Italia e due importanti realtà imprenditoriali del territorio: Chiesi Farmaceutici e Conad Centro Nord. L'evento ha rappresentato un esempio concreto di come la sinergia tra aziende, associazioni e cittadini possa generare un **impatto positivo sulla comunità.** I volontari hanno rimosso rifiuti di vario genere, contribuendo non solo al decoro urbano ma anche a sensibilizzare la cittadinanza sull'importanza della tutela ambientale.

"Per Conad, l'impegno verso il territorio e la tutela dell'ambiente sono pilastri fondamentali", ha dichiarato **Ivano Ferrarini, amministratore delegato di Conad Centro Nord,** che ha partecipato personalmente all'iniziativa. "Stiamo ampliando gli obiettivi di contenimento e compensazione della CO2 attraverso progetti come Forestiamo l'Italia e il Bosco Urbano Margherita". L'iniziativa si inserisce in un più ampio programma di responsabilità sociale d'impresa che vede Conad Centro Nord, in qualità di socio di KilometroVerdeParma, impegnata nella **valorizzazione del territorio** e nella **promozione del volontariato d'impresa** come strumento per rafforzare il senso di appartenenza e di comunità tra i dipendenti.



# CONAD NORD OVEST

## L'Università Popolare di Pistoia "Aligi Bruni": un nuovo anno accademico ricco di opportunità

Con il supporto della Cooperativa Conad Nord Ovest, un programma formativo ampliato per rafforzare il legame con il territorio

L'Università Popolare di Pistoia "Aligi Bruni" ha inaugurato il nuovo anno accademico 2024/2025 con un evento di presentazione tenutosi lo scorso settembre nella prestigiosa Sala Gonfalone del Comune di Pistoia. La conferenza stampa ha svelato un progetto formativo arricchito da nuove collaborazioni e corsi, confermando l'impegno dell'università nella promozione culturale e sociale del territorio.

Un elemento distintivo dell'iniziativa è il **rinnovato sostegno di Conad Nord Ovest**, che si affianca alla già consolidata partnership con la Misericordia di Pistoia. Questo supporto ha l'obiettivo di potenziare le attività formative e garantire maggiore visibilità a un'organizzazione profondamente integrata nel tessuto sociale e culturale della provincia. "Un progetto

che ci sta particolarmente a cuore, che abbiamo deciso di sostenere per ribadire il nostro impegno nel supportare iniziative che uniscono alla perfezione cultura e territorio," ha dichiarato **Maristella Di Raddo, Direttrice Full Service srl Area Risorse Umane Rete Associata di Conad Nord Ovest**. "Crediamo fortemente che la formazione sia la chiave per lo sviluppo di una comunità coesa e consapevole, e il nostro impegno va nella direzione di sostenere progetti che promuovono il benessere collettivo."

L'Università Popolare, fedele alla sua missione di creare una "comunità della conoscenza", ha presentato così un programma di corsi ampliato, che include nuove proposte in ambiti quali l'attualità, la psicologia, la linguistica e il benessere personale.



# PAC 2000A

## Formazione al primo posto: l'Accademia dei Mestieri si espande con nuovi corsi specializzati

Dopo il successo dell'Accademia delle Carni, il 2025 vedrà il lancio dell'Accademia dei Salumi e dei Formaggi



L'impegno di PAC 2000A nella formazione professionale continua a crescere attraverso l'"Accademia dei Mestieri", **un progetto innovativo dedicato all'aggiornamento del personale dei punti vendita Conad e Todis**. Il programma, che ha debuttato con l'**Accademia delle Carni**, celebra ora la sua **nona edizione**, registrando risultati significativi nella formazione di oltre cento operatori del settore.

Il percorso formativo si articola su due livelli: un Corso Base approfondito per i nuovi addetti e un Corso di 1° Livello di 40 ore per il personale più esperto, focalizzato sul perfezionamento delle competenze tecniche e sulla valorizzazione delle carni locali e nazionali. Il programma ha toccato diverse regioni, dalla Campania alla Calabria fino al Lazio, arriverà in Umbria e Sicilia, con quattro nuove edizioni già programmate da gennaio 2025.

Un aspetto particolarmente significativo dell'iniziativa è il suo **impatto sociale**: le carni lavorate durante i corsi vengono donate a famiglie bisognose e

centri di accoglienza attraverso collaborazioni con diverse associazioni benefiche, tra cui Croce Rossa, parrocchie e Caritas. Questo approccio non solo rende il progetto sostenibile ma rafforza anche il legame con le comunità locali. I feedback entusiastici dei partecipanti testimoniano il successo dell'iniziativa, evidenziando come il corso non solo trasmetta competenze tecniche ma accenda anche una vera **passione per il mestiere**. "È importante conoscere nuove lavorazioni, essere informati e saper lavorare, migliora le nostre passioni", commenta uno dei partecipanti. Guardando al futuro, PAC 2000A annuncia un'importante novità per il 2025: **il lancio dell'Accademia dei Salumi e dei Formaggi**. Questo nuovo percorso formativo, destinato al personale del reparto gastronomia, si concentrerà sulla conoscenza merceologica, le tecniche di lavorazione, conservazione e presentazione dei prodotti caseari e dei salumi, confermando l'impegno dell'azienda nel garantire un servizio di alta qualità alla clientela.

# Sviluppo della nostra rete

Nuove aperture e ristrutturazioni.  
Aggiornamento dall'1/09 al 31/10/2024

## Legenda

- ◆ Ristrutturazioni
- ◆ Nuove aperture



## VENETO



◆ Bassano del Grappa (VI) - Conad City - DAO



◆ Monselice (PD) - Con Sapore - CIA



◆ Monselice (PD) - Spesa Facile - CIA

## PIEMONTE



◆ Torino (TO) - PetStore Conad - Conad Nord Ovest



◆ Ovada (AL) - Conad - Conad Nord Ovest



◆ Livorno Ferraris (VC) - Conad - Conad Nord Ovest



◆ Varallo Sesia (VC) - Conad City - Conad Nord Ovest

## EMILIA ROMAGNA



◆ Bologna (BO) - Via Gazzoni - Distributore Conad Self 24h - CNO



◆ Bologna (BO) - Via Abramo Lincoln - Conad - CNO



Modena (MO) - Conad - Conad Nord Ovest



### LIGURIA



La Spezia (SP) - Conad City - Conad Nord Ovest

### ABRUZZO

Forlimpopoli (FC) - Spazio Conad - CIA



Castel Bolognese (RA) - Conad - CIA



Lanciano (CH) - Todis - Conad Adriatico

### LAZIO

### TOSCANA



Pisa (PI) - Conad - Conad Nord Ovest



Roma (RM) - via Silla - Tunday Conad - Conad Nord Ovest



Lucca (LU) - Conad - Conad Nord Ovest



Roma (RM) - via Fonteiana - Conad - PAC 2000A



Roma (RM) - Via Pietro Frattini - Conad - PAC 2000A



Ostia (RM) - Via del Collettore Primario - Conad - PAC 2000A



Roma (RM) - Via del Fosso del Torrino - Superstore Conad - PAC 2000A



Roma (RM) - Via della Tenuta di Torrenova - PetStore Conad - PAC 2000A



Roma (RM) - Via della Madonna del Riposo - Conad - PAC 2000A



Roma (RM) - Via Tevere - Tunday Conad - PAC 2000A



Roma (RM) - Viale Parioli - Tunday Conad - PAC 2000A



Roma (RM) - Via Tirso - Tunday Conad - PAC 2000A



● Roma (RM) - Via Anton Giulio Barilli - Conad - PAC 2000A

## CAMPANIA



● Marano di Napoli (NA) - Conad City - PAC 2000A



● Roma (RM) - Viale Cortina d'Ampezzo - Tunday Conad - PAC 2000A



● Monteforte Irpino (AV) - PetStore Conad - PAC 2000A

## SICILIA



● Marino (RM) - Conad - PAC 2000A



● Bagheria (PA) - Conad - PAC 2000A

## PUGLIA



● Cutrofiano (LE) - Conad - Conad Adriatico

## UMBRIA



● Terni (TR) - PetStore Conad - PAC 2000A

# COMMA

NOV 2024

### Proprietà ed Editore

Conad soc. coop.  
Via Michelino 59 - 40127 Bologna  
tel. 051 508 111  
fax 051 508 379

### Autorizzazione del Tribunale di Bologna

n. 4345 del 12/4/1974  
Iscritto al ROC 7742  
Aut. DCB Centrale/PT Magazine  
Aut. 113/204  
Valida dal 1.3.2004

### Direttore responsabile

Alessandra Favaro

### Coordinamento editoriale

Via Bagutta Comunicazione

### Redazione

Via Bagutta Comunicazione  
Alessandra Favaro

### Art director

Oriana Ciprian

### Fotolito e stampa

Casma - Bologna

Associato all'Unione  
Stampa Periodica Italiana



# CON LE DONNE, CONTRO LA VIOLENZA. SEMPRE.

Per noi di Conad essere una Comunità significa alimentare forze positive, valorizzando ciò che sta alla base delle relazioni umane: il confronto e il dialogo. Costruire attraverso cooperazione e vicinanza, questo è per noi sostenere il futuro. Ma non c'è futuro che possa tollerare discriminazioni, ingiustizie e violenza contro le donne, cuore pulsante della nostra società.

Anche questo 25 novembre, Giornata Internazionale per l'Eliminazione della Violenza contro le Donne, vogliamo dar voce a D.i.Re - Donne in Rete contro la violenza, con la quale collaboriamo anche

nel 2024, e che ogni giorno si impegna per contrastare la violenza di genere offrendo alle donne aiuto concreto. Un esempio sono le case rifugio, diventate un luogo sicuro su cui contare nei momenti di difficoltà. Con la nostra vicinanza, vogliamo dare ancora più visibilità all'Associazione e agli strumenti

di supporto che mette a disposizione. Un altro progetto, in collaborazione con Legacoop, su cui vogliamo far luce e di cui condividiamo valori e obiettivi è Womap+ (womapplus.it - Mappe cooperative contro la violenza e le discriminazioni di genere): una piattaforma di servizi cooperativi che consente alle donne in difficoltà di trovare

supporto in base al territorio di appartenenza o alla tipologia di servizio richiesta. Queste due realtà si aggiungono al 1522, Numero Anti Violenza e Stalking: un servizio gratuito e attivo 24

ore su 24 che garantisce il totale anonimato. Le possibilità per costruire un futuro migliore, libero dalla violenza, sono tante ma dobbiamo crederci tutti insieme, con l'impegno che soltanto una Comunità coesa sa dimostrare e la consapevolezza che è #sempre25novembre.



[futuro.conad.it](http://futuro.conad.it)



 **CONAD**  
Persone oltre le cose



**WOMAP+**  
mappe cooperative contro la violenza  
e le discriminazioni di tutti i generi

**1522** NUMERO  
ANTI VIOLENZA  
E STALKING



**D.i.Re**  
Donne in Rete contro la violenza