

COMMA

NOI DI CONAD, INSIEME VERSO IL FUTURO



FOCUS CONAD SI CONFERMA BRAND LEADER DEL LARGO CONSUMO

 **Primo Piano**
I numeri della
nostra leadership

 **Sosteniamo
il futuro**
Con i giovani
al Giro d'Italia

 **Fiera
Marca**
Viaggio
nella nostra MDD

Sommario

EDITORIALE

03 Conad a "Marca 2025" come primo brand del Largo Consumo in Italia

PRIMO PIANO

04 I numeri della nostra leadership

SOSTENIBILITÀ

06 Campanelle Disney, 2,2 milioni di grazie!

08 Conad pedala con il Giro: nuovo sponsor della Maglia Bianca per le promesse del ciclismo

PRIMO PIANO

10 HeyConad Assicurazioni: la spesa diventa protezione

FOCUS

14 MDD Conad: bastione di sostenibilità per la nostra insegna

16 Conad a Marca 2025

18 Piacersi... sempre di più

19 Sapori&: la nuova era del premium tra tradizione e innovazione

20 Vai da Conad! La nostra campagna 2025

21 Convenienza: il nostro patto di fiducia con i clienti

SULLO SCAFFALE

23 Le novità dei prodotti a marchio Conad

COMUNITÀ CONAD

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

SVILUPPO DELLA NOSTRA RETE

32 Nuove aperture e ristrutturazioni

Conad a "Marca 2025" come primo brand del Largo Consumo in Italia

Si è svolta a Bologna la 21ª edizione di fiera "Marca", l'unico appuntamento in Italia dedicato alla MDD, con la presenza delle imprese della distribuzione e delle aziende industriali loro fornitrici.

È stato un clamoroso successo: 23.000 visitatori (+15% sul 2024), 1.300 aziende espositrici (+23% sul 2024), 35.000 mq di area espositiva (+26%), 9 padiglioni (+2).

Sono state 24 le insegne della GDO presenti con un proprio stand a "Marca", a testimonianza dell'importanza che tutti noi attribuiamo a questa manifestazione.

Numeri importanti che segnano l'inizio di una nuova era per questa fiera che, a partire dal prossimo anno, si chiamerà "Marca by BolognaFiere e ADM". Infatti, come ADM, l'Associazione Distribuzione Moderna di cui sono Presidente, abbiamo deciso di rafforzare la storica collaborazione con BolognaFiere e abbiamo rinnovato la partnership fino al 2031, ottenendo la condivisione della proprietà del marchio della rassegna.

La crescita di "Marca" rispecchia l'andamento della marca del distributore che, a dicembre 2024, si posiziona a 29,5 miliardi di euro di ricavi complessivi e a 29,9% punti quota. I dati Circana, presentati con il XXI Rapporto Marca, attestano una crescita a valore del 2,2% confermata da un significativo aumento dei volumi di vendita (+3%).

La differenza tra i dati a valore e quelli a volume, quasi un punto percentuale, testimonia anche il contributo che la MDD offre al contenimento dell'inflazione, della crescita dei prezzi: una ennesima conferma di quanto la distribuzione faccia e abbia fatto per mantenere il potere di acquisto dei consumatori.

Noi vi abbiamo partecipato da leader: come detto a fine anno, il brand Conad, con un fatturato di 6,3 miliardi di euro, si posiziona al primo posto tra i beni di largo consumo in Italia.

Per noi la MDD è anche un bastione della sostenibilità, come abbiamo condiviso lo scorso ottobre con i nostri fornitori presentando il 'Manifesto Conad per la Marca Commerciale'. La centralità della MDD nell'adesione ai principi ESG è stata messa in evidenza anche nell'intervento di apertura di Marca.

Credo che da questa fiera venga per noi un incoraggiamento a continuare a far crescere la nostra MDD, in tutte le sue articolazioni, perché la quota di mercato della marca commerciale in Italia è ancora tra il 10 e il 15% più bassa di quella che hanno questi prodotti in molti altri Paesi europei. Abbiamo grandi spazi di crescita e vogliamo coglierli!

Sono certo che con il contributo di tutti - Soci, Cooperative e Consorzio - la nostra MDD crescerà ancora, portando un contributo importante alla crescita dell'intero Sistema Conad.



Mauro Lusetti
Presidente Conad

I numeri della nostra leadership

Crescita del 4,5% rispetto al 2023 e forte incidenza della marca privata. Piano di investimenti da 500 milioni di euro per il 2025 tra digitalizzazione e sostenibilità.

Il 2024 di Conad si è chiuso con fatturato di 21,1 miliardi di euro, con una crescita del 4,5% rispetto al 2023. Si tratta di numeri che confermano la leadership della nostra insegna nel panorama della distribuzione moderna italiana. Una performance che ha visto il contributo di tutti i formati di vendita e che ha visto brillare in particolare modo i PetStore Conad (+17,8%), il nuovo "urban format" TuDay Conad (+5,8%) e il Conad Superstore (+5,7%). L'andamento dell'anno che si è appena chiuso giunge al termine di un decennio di grandissimo successo per Conad, durante il quale il giro d'affari è balzato del 70% e la quota di mercato è passata dall'11,3% al 15%.

CONAD PRIMA INSEGNA DELLA GDO ITALIANA

"Conad si conferma la più grande impresa del commercio italiano, la sola presente con un'unica insegna in tutte le regioni d'I-

talia, con tutti i principali indicatori economici in crescita rispetto all'esercizio 2023 - ha dichiarato Mauro Lusetti, Presidente di Conad nel corso della conferenza stampa di presentazione dei risultati, tenutasi lo scorso 19 dicembre a Milano - Il nostro ruolo nell'economia reale è fondamentale: difendiamo il potere d'acquisto dei clienti e delle famiglie, motore della società e delle Comunità sul territorio. Ringraziamo i Soci e le Cooperative associate a Conad, che vivono con passione questo impegno, offrendo prodotti e servizi di qualità a prezzi competitivi, sostenendo l'economia locale e promuovendo l'occupazione e lo sviluppo delle piccole e medie imprese del settore agroalimentare".

PROSEGUE IL SUCCESSO DELLA MDD

Come sempre avvenuto, anche nel 2024 una forte spinta alla crescita è arrivata dalla nostra MDD: il suo fatturato è 6,3 mi-

liardi di euro, con una quota sul totale delle vendite nel canale supermercati pari al 33,7%. Cosa ancora più importante, sono stati fatti investimenti per il suo sviluppo che garantiranno i successi futuri e che si sono concentrati sui prodotti di base, sulla valorizzazione delle marche premium e sul rilancio di Piacersi Conad. Lusetti ha sottolineato come la MDD rappresenti uno strumento strategico non solo per andare incontro alle famiglie in difficoltà ma anche nel confronto con l'industria di marca: "Nel corso dell'ultimo anno e mezzo gli aumenti dei listini richiesti dall'industria sono stati del tutto ingiustificati, perché non c'è stato quel rialzo dei costi di produzione che si era invece verificato nell'immediato post-pandemia. Non ne accetteremo altri e, se necessario a mantenere un equilibrio dei prezzi, siamo pronti ad aumentare la conflittualità. In questo confronto la MDD rappresenta un elemento fondamentale", ha detto.

LE PROSPETTIVE FUTURE

La MDD sarà anche di fondamentale importanza per navigare nel non facile scenario dei prossimi anni. "Da qui al 2030 prevediamo una crescita contenuta del mercato GDO, unita a una forte pressione sui margini, dovuta alla riduzione del potere d'acquisto e alla crescita del discount - ha detto Francesco Avanzini, Direttore Generale di Conad - L'arena competitiva rimarrà affollata, con la crescita degli specialisti di valore e di convenienza, canali nei quali Conad dovrà incrementare la propria presenza. Per questo, avranno un ruolo ancora più fondamentale gli investimenti in digitalizzazione e sostenibilità, così come lo sviluppo di nuove linee di business nei servizi ai clienti, che compenseranno la minore crescita attesa dei canali tradizionali".

GLI INVESTIMENTI PREVISTI PER IL 2025

Nel corso di quest'anno gli investimenti ammontano a più di 500 milioni di euro e andranno così a concludere il piano triennale 2023-2025, che ha visto un impegno di circa 2 miliardi di euro. Le linee guida a cui ci atterremo sono le

stesse dei due anni precedenti: efficienza, canalizzazione, digitalizzazione, sviluppo delle competenze e sostenibilità. Una particolare attenzione sarà riservata alla digitalizzazione che già nel corso del 2024 ha visto un importante sviluppo di diversi servizi relativi all'ecosistema digitale HeyConad, con l'avvio di proposte dedicate a viaggi e tempo libero, a salute e benessere, alla cura degli animali e alle assicurazioni, con una vasta gamma di prodotti di protezione, tra cui infortuni, salute, casa, famiglia e viaggi.





2,2 milioni **di grazie!**

Un risultato importante raggiunto grazie alla generosità dei nostri clienti a sostegno di 27 ospedali e reparti pediatrici italiani.

SCOPRI
DI PIÙ QUI:

Grazie all'iniziativa solidale "I gesti d'amore si fanno sentire", attiva nei punti vendita Conad a fine dello scorso anno, abbiamo raccolto oltre 2,2 milioni di euro a favore di 27 ospedali e reparti pediatrici italiani.

La raccolta è stata resa possibile grazie alla straordinaria generosità dei nostri clienti, che hanno sostenuto l'iniziativa acquistando le campanelle di Natale, all'interno di una linea di 12 soggetti, realizzati in plastica (ABS) riciclata, ispirati ai personaggi più famosi dei film d'animazione Disney.

"Per noi di Conad, la sostenibilità è un pilastro strategico, ed è alla base di tutte le nostre iniziative: una sostenibilità con-

creta che si realizza su più fronti, e che combina l'attenzione all'ambiente attraverso la scelta di materiali riciclati, con il sostegno alle persone e alle Comunità. Per questo motivo, abbiamo scelto di riproporre per il quarto anno consecutivo la nostra iniziativa solidale a favore degli ospedali e dei reparti pediatrici di tutta Italia" dichiara Francesco Avanzini, Direttore Generale di Conad. "Grazie alla generosità dei nostri clienti, negli ultimi quattro anni abbiamo raccolto 8 milioni di euro a sostegno dei reparti pediatrici, dando una mano concreta a chi lavora ogni giorno per rendere la vita dei bambini ricoverati il più serena possibile e con le attrezzature mediche necessarie".

UN PICCOLO GESTO D'AMORE FATTO INSIEME VALE DI PIÙ

All'inizio di ogni anno, è normale pensare al futuro. Da sempre, noi di Conad ci impegniamo per renderlo il migliore possibile. Un futuro migliore si costruisce creando un senso comune con le persone intorno a noi. Per questo, dedichiamo una

particolare attenzione alle comunità che abitano i territori dove operiamo. Destinatari principali di questa attenzione sono i bambini, protagonisti di molti nostri progetti.

A loro abbiamo dedicato, alla fine dello scorso anno, l'iniziativa delle Campanelle di Natale, in cui gli amati personaggi dell'infanzia, cari a grandi e piccoli, hanno unito diverse generazioni in tanti gesti d'amore. Grazie alla partecipazione

dei nostri Clienti, Soci e Cooperative, abbiamo infatti potuto raccogliere oltre 2,2 milioni di euro a favore di ospedali e reparti pediatrici. Un traguardo che porta a 8 milioni di euro il totale raccolto negli ultimi quattro anni, con i quali abbiamo potuto

offrire un aiuto concreto alle realtà che lavorano ogni giorno per garantire cura a ogni bambino. Questa iniziativa fa parte del nostro progetto, "Sosteniamo il Futuro", con cui

noi di Conad ci impegniamo a costruire un domani migliore per le persone, l'ambiente e il territorio: un impegno che manifesta l'unione di intenti tra le nostre persone e le comunità in cui operiamo. Perché ogni gesto vale di più, se lo facciamo insieme.



f X in futuro.conad.it





Conad pedala con il Giro: nuovo sponsor della **Maglia Bianca** per le promesse del ciclismo

Impegno e innovazione: supportiamo i giovani talenti e promuoviamo il benessere attraverso il ciclismo, la corretta alimentazione e progetti educativi.

INQUADRA IL QR CODE E GUARDA LA VIDEO INTERVISTA A GIUSEPPE ZULIANI SU GAZZETTA.IT

Per i prossimi tre anni Conad sarà lo sponsor ufficiale della maglia bianca del Giro d'Italia. Questa grande iniziativa di comunicazione è stata annunciata in occasione della conferenza stampa di fine anno, a cui hanno partecipato anche Urbano Cairo presidente RCS Media Group (la società che organizza il Giro) Paolo Bellino, Amministratore Delegato RCS Sport & Events e Ivan Basso, il vincitore delle edizioni 2006 e 2010 e oggi pre-

stigioso testimonial della più importante gara ciclistica italiana.

SOSTENIAMO LE NUOVE GENERAZIONI

La scelta di sponsorizzare la maglia che viene assegnata al miglior giovane non è casuale, ma risponde alla precisa esigenza di sottolineare il nostro impegno nel valorizzare i ragazzi e le ragazze e di promuovere l'attività fisica e la corretta



alimentazione come strumenti imprescindibili per il benessere delle nuove generazioni.

DUE PROGETTI EDUCATIVI

Questi ultimi due temi saranno l'oggetto anche di altre due iniziative a cui partecipiamo: Biscuola e Fantagiò. Il primo è un progetto educativo che si rivolge agli studenti delle scuole primarie delle province toccate dal Giro d'Italia con l'obiettivo di far conoscere ai bambini i valori del ciclismo e di avvicinarli alla cultura della bicicletta, trattando anche i temi dell'educazione e del benessere. Il secondo è il fantasy game ufficiale del Giro d'Italia ideato e prodotto in collaborazione fra RCS Sport & Events e il Team del FantaSanremo, per aumentare la no-

torietà del ciclismo sui giovani in modo ludico.

TERRITORIO, GIOVANI E BENESSERE

“Ogni matrimonio si basa su valori e la nostra collaborazione con il Giro d'Italia ha come fondamento tre pilastri che sono importantissimi sia per noi che per loro: territorio, giovani e benessere - spiega Giuseppe Zuliani, direttore marketing di Conad - Per noi il territorio significa comunità e il Giro tocca ogni angolo d'Italia. I giovani ciclisti sono i protagonisti della gara e il nostro impegno a favore delle nuove generazioni è di vecchissima data. Da ultimo c'è il benessere, che il ciclismo assicura a chi lo pratica, e che noi abbiamo preso come impegno nei confronti dei nostri clienti”.



HeyConad Assicurazioni: la spesa diventa protezione

Nasce la nuova offerta di servizi assicurativi nell'ecosistema HeyConad. E con "Carrello Assicurato" lo scontrino si trasforma in tutela gratuita.

All'interno dell'ecosistema HeyConad nasce HeyConad Assicurazioni, la nuova offerta assicurativa pensata per i possessori di Carta Insieme e Insieme Più Conad Card. Questa iniziativa si propone di rafforzare e arricchire il rapporto con i nostri clienti, creando una relazione più duratura e di valore aggiunto. L'offerta di HeyConad Assicurazioni comprende polizze per infortuni, casa, famiglia e viaggi, tutte pensate per offrire una protezione completa e personalizzata. Per l'acquisto delle polizze, i nostri clienti fidelity potranno contare su una piattaforma web e su un call center dedicato.

PARTNER E STRUTTURA

La distribuzione delle polizze è affidata a Conad Discovery Srl in collaborazione con Chubb. La prima opera come agen-

te assicurativo all'interno dell'ecosistema Conad, distribuendo prodotti assicurativi. La Società è regolarmente iscritta nella Sezione A del Registro Unico degli Intermediari, sotto la supervisione dell'IVASS (Autorità di Vigilanza). Chubb è invece il partner che fornisce Conad Discovery dei prodotti assicurativi ramo danni (salute, casa e infortuni) e gestisce le attività di post vendita (customer care e sinistri). Chubb è una realtà leader mondiale nel settore assicurativo.

Offre soluzioni assicurative a imprese e individui attraverso una pluralità di canali contro danni e infortuni, assicurazioni sanitarie integrative, riassicurazioni e assicurazioni sulla vita a un gruppo eterogeneo di clienti.

Chubb Limited, la società capogruppo di Chubb, è quotata alla borsa valori di New York (NYSE: CB) e fa parte dell'indice S&P 500. Quest'ultimo, lo Standard & Poor's 500, è uno degli indici azionari più seguiti a livello mondiale.

I nostri negozi non saranno canali di vendita ma copriranno un ruolo fondamentale per dare visibilità alla nuova offerta.



L'OFFERTA ASSICURATIVA

HeyConad propone un'offerta assicurativa con un ventaglio completo di soluzioni che spaziano dalla protezione casa e famiglia a infortuni e salute, includendo anche coperture per viaggi, e prossimamente anche animali domestici.

La nuova proposta assicurativa è accessibile attraverso due canali principali, pensati per massima comodità e flessibilità del cliente: digitale e servizio telefonico dedicato.

Visitando il sito dedicato **assicurazioni.conad.it** i nostri clienti potranno scoprire il mondo di HeyConad Assicurazioni e nello specifico:

- Una panoramica completa di tutte le soluzioni assicurative disponibili.
- Link diretti alle pagine dedicate all'acquisto delle polizze.
- Informazioni sulle iniziative promozionali in vigore.

Il portale è stato progettato per guidare i clienti in modo semplice e intuitivo attraverso tutta l'offerta assicurativa HeyConad, permettendo di accedere facilmente ai servizi che più interessano.

L'iniziativa si inserisce nella strategia della nostra insegna di ampliare e personalizzare sempre più i servizi offerti alla clientela, trasformando il tradizionale rapporto commerciale in una relazione di fiducia e supporto continuativo.

DIGITALE

Tramite il sito web di HeyConad Assicurazioni, sviluppato in collaborazione con Chubb, sarà possibile acquistare direttamente online le polizze che verranno emesse e gestite dalla compagnia assicurativa Chubb.

Il servizio è gestito da professionisti qualificati che operano per conto di Conad Discovery, garantendo assistenza e supporto in ogni fase del processo di acquisto.

SERVIZIO TELEFONICO DEDICATO

Un team di operatori specializzati è a disposizione per rispondere alle chiamate dei clienti interessati all'acquisto delle polizze attraverso il numero verde dedicato 800069486.

Inoltre i clienti fidelity che hanno dato il consenso per ricevere iniziative promozionali e offerte commerciali dai nostri partner, potranno essere contattati per soluzioni assicurative personalizzate.

IL RUOLO DEI PUNTI VENDITA

I punti vendita Conad giocano un ruolo cruciale nell'informare i clienti riguardo questa nuova iniziativa, esponendo materiale informativo e indirizzando i clienti verso i canali digitali per tutte le operazioni relative alle assicurazioni.

L'iniziativa Carrello Assicurato

"Carrello Assicurato" è l'iniziativa per far conoscere il mondo delle assicurazioni HeyConad ai nostri clienti. Il carrello della spesa si può trasformare nell'opportunità di una polizza assicurativa gratuita. La promozione, riservata ai titolari di Carta Insieme e Carta Insieme Più Conad Card, offre una copertura assicurativa di 30 giorni, con un valore proporzionale all'importo speso.

Il meccanismo è semplice e accessibile: basta effettuare una spesa minima di 30 euro in un punto vendita Conad utilizzando la propria carta fedeltà Conad. Maggiore è l'importo dello scontrino, più elevato sarà il livello di protezione garantito dalla polizza.

Per attivare la copertura, i clienti devono aderire su conad.it.

Una volta effettuato l'accesso all'area riservata, si potrà procedere con l'attivazione della polizza, inserendo le informazioni richieste e selezionando lo scontrino qualificante.

L'iniziativa rappresenta un ponte innovativo tra la spesa quotidiana e il mondo delle assicurazioni, offrendo ai nostri clienti l'opportunità di sperimentare gratuitamente i vantaggi di una copertura assicurativa personalizzata.

Dal 21 gennaio al 20 aprile 2025



DA OGGI CON LA TUA SPESA PUOI AVERE ANCHE
UNA ASSICURAZIONE



Scopri tutti i vantaggi su assicurazioni.conad.it

INIZIATIVA RISERVATA AI POSSESSORI DI



Focus

Viaggio nella nostra MDD: traguardi raggiunti, mete future e punti chiave che tracciano il cammino della nostra insegna e dei nostri prodotti, sempre più apprezzati dai clienti.



MDD Conad: bastione di sostenibilità per la nostra insegna

La nostra marca del distributore leader in Italia lancia nuove sfide al mercato. Intervista ad Alessandra Corsi.



La Marca Del Distributore Conad si conferma la prima marca commerciale italiana e raggiunge **6,3 miliardi di euro di fatturato nel 2024**. Un risultato che testimonia il successo di una strategia fondata su innovazione, qualità e attenzione alle esigenze dei clienti. Ne parliamo con **Alessandra Corsi, Direttore Marketing dell'offerta e MDD di Conad**, in un mese importante per la nostra insegna anche quest'anno presente all'edizione 2025 di

Fiera Marca (di cui vi parliamo nelle prossime pagine).

I dati 2024 confermano la leadership di Conad nella GDO italiana. Quali sono i fattori chiave che la rendono così apprezzata?

La nostra MDD è sempre stata centrale per la strategia dell'insegna, con una crescita costante che negli ultimi 8 anni ci ha visto raddoppiare il fatturato, aumentando la quota di circa 8 punti. Un successo frutto di un'attenta strategia di sviluppo che ci porta a implementare e migliorare continuamente il portafoglio prodotti e marche per anticipare i bisogni di consumo. Abbiamo sviluppato circa 5.300 referenze, distribuite su più di 300 categorie merceologiche: ogni anno mettiamo mano a quasi il 60% del portafoglio, circa 3000 referenze, di cui 500 sono nuovi lanci. Secondo uno studio di NIQ, Conad è leader per notorietà e reputazione tra le MDD italiane, con un quarto dei consumatori che ci sceglie proprio grazie ai prodotti a marchio del distributore. La nostra quota di mercato sfiora i 34 punti e ci posiziona come prima MDD italiana, con livelli che si avvicinano a quelli europei: mentre in Italia la media è del 23% (escludendo i discount) e in Europa si attesta sul 36%.

Quali categorie di prodotti hanno registrato le performance migliori nel 2024? Come intendete sviluppare ulteriormente questi segmenti?

Abbiamo registrato performance particolarmente positive in diverse categorie

strategiche: il plant based, in particolare le proteine vegetali, ma anche la frutta secca, il reparto cura persona e il caffè. Nel settore del cura persona, in particolare, il 2024 ha visto il lancio di Essentiae Lab, la nuova linea premium di circa 30 referenze per corpo, capelli, viso e oral care, con formulazioni ricercate e performance professionali, una linea di prodotti realizzati da fornitori dei canali specializzati. Per quanto riguarda invece il caffè, stiamo assistendo a una significativa crescita nel segmento delle capsule, che rappresenta un'importante evoluzione nei consumi rispetto al caffè macinato tradizionale. Nella categoria capsule compatibili Nespresso la nostra MDD si è aggiudicata il titolo di "Miglior Acquisto" nel test di Altroconsumo pubblicato a giugno 2024, con l'Espresso 100% Arabica 10 Capsule. Un importante riconoscimento per una miscela che unisce convenienza, gusto e servizio.

Quali sono le principali direzioni di sviluppo e gli investimenti previsti per la Marca Del Distributore Conad nel 2025?

Al centro della strategia di sviluppo della nostra marca commerciale ci sono alcuni importanti principi: una strategia di portafoglio marche e prodotti centrati sui bisogni dei consumatori, una forte propensione all'innovazione e l'adesione ai principi ESG. In Conad il focus dell'innovazione è guidato da cinque driver di sviluppo: convenienza, salute e benessere, sostenibilità, servizio e indulgence. Ciascun pilastro ha un suo ruolo nello sviluppo, varia a seconda delle categorie e contiene specifici trend di consumo. Ad esempio, per l'area salute e benessere i lanci sono costituiti da prodotti con ingredienti funzionali, superfood, fibre e proteine e rispondono al bisogno di un benessere olistico, con una forte componente organolettica e non più basato sulla privazione. Per questa ragione abbiamo recentemente rilanciato il brand Piacersi che tiene conto di questa evoluzione, unendo la salute al piacere di sentirsi bene senza rinunciare al gusto, e vedrà la nascita di altri prodotti a forte contenuto innovativo. Continueremo inol-

tre a investire nell'innovazione sugli altri pilastri, tra cui indulgence, presidiata dai brand Saporì&Dintorni e Saporì&Idee, ai quali affiancheremo una campagna media tramite digital e utilizzo del nostro sito saporie.com, e sostenibilità, con il nostro brand Verso Natura, attraverso il quale creeremo un'offerta che andrà oltre i prodotti bio ed eco con il potenziamento del segmento naturalità.

Conad ha recentemente presentato ai fornitori un programma di lavoro pluriennale sugli obiettivi ESG. Come evolverà la MDD in chiave sostenibile?

La sostenibilità rappresenta un elemento fondamentale per la nostra insegna e la nostra MDD, in quanto unica e distintiva per il nostro sistema, non può che esserne il portabandiera: Abbiamo l'ambizioso obiettivo di fare crescere la nostra MDD quale bastione del posizionamento di sostenibilità della nostra insegna.

Abbiamo recentemente definito le linee strategiche per lo sviluppo sostenibile della nostra marca e delle sue linee di prodotto attraverso l'adozione di piani che ci consentano di migliorare in modo continuo e misurabile i parametri ESG.

Per costruire i nostri traguardi di lungo periodo, proprio lo scorso anno abbiamo condotto uno studio strategico analizzando concorrenza, normative e preferenze dei consumatori.

Questo lavoro ci ha permesso di identificare **8 temi ESG** su cui concentrare il nostro sviluppo futuro e definire gli obiettivi concreti da raggiungere. I tre principali sono: **decarbonizzazione** (riduzione dell'impatto ambientale dei nostri prodotti), **salute e benessere** (offerta di prodotti sempre più salutari e attenti alle esigenze alimentari dei nostri clienti) e **sostenibilità del packaging** (con obiettivi ambiziosi, nonostante a oggi sia già riciclabile all'80%). Abbiamo lanciato questo progetto lo scorso anno, ingaggiando i nostri fornitori, con i quali lavoreremo a stretto contatto in questo ambizioso piano pluriennale che ci consentirà di guidare un cambiamento concreto, creando valore per i nostri clienti e per l'intera comunità.

Conad a **Marca 2025**

La nostra marca del distributore pilastro dell'innovazione sostenibile.



Si è da poco chiusa l'edizione 2025 di Marca. Quasi un prodotto a marchio su tre venduto in Italia è di Conad, cosa che fa della nostra MDD il leader indiscusso in Italia. Nel corso della due giorni tenutasi a Bologna abbiamo in particolar modo illustrato i nostri sforzi per la sostenibilità a fornitori, stakeholder e partner strategici, grazie ai quali intendiamo rafforzare ulteriormente il posizionamento della MDD.

LA SOSTENIBILITÀ COME PILASTRO STRATEGICO

Conad ha da tempo reso la sostenibilità uno dei pilastri della propria strategia aziendale e questo impegno trova ovviamente la sua naturale applicazione sulla nostra MDD, in quanto si tratta dell'offerta che meglio rappresenta la nostra insegna. Sottolineando come il prodotto a marchio rappresenti un punto di contatto privilegiato tra il cliente e i valori ESG, a Marca abbiamo pre-

sentato le più recenti innovazioni che hanno riguardato in particolar modo le nuove linee dedicate al benessere.

PROSPETTIVE DI CRESCITA

“Conad ha chiuso il 2024 con un fatturato della MDD in crescita di circa il 5% a 6,3 miliardi di euro e una quota che sfiora i 34 punti - spiega Alessandra Corsi, Direttrice Marketing dell'offerta e MDD - Questo è possibile grazie alla forza propulsiva della nostra offerta e alla conoscenza dei nostri consumatori che ci permette di decodificare e anticipare i bisogni di consumo”. I brand della MDD Conad sono undici, di cui il più forte è proprio Conad, che rappresenta l'80% del totale. Fra le più importanti ci sono poi Sapori&Dintorni e Sapori&Idee nell'area premium, Verso Natura nell'area della naturalità anche bio, e Piacersi nell'area salute e benessere.

I valori ESG

La sigla ESG (Environmental, Social, and Governance) rappresenta i tre pilastri fondamentali attraverso cui si misura la sostenibilità e l'impatto etico di un'azienda. Il parametro "Environmental" valuta l'impronta ecologica dell'impresa, dal consumo energetico alla gestione dei rifiuti. L'aspetto "Social" considera il rapporto con dipendenti, fornitori e comunità locali, includendo temi come diritti dei lavoratori e diversità. La "Governance" riguarda invece la trasparenza e l'etica nella gestione aziendale. Per la grande distribuzione, l'adozione dei criteri ESG si traduce in azioni concrete: dall'ottimizzazione della catena di approvvigionamento alla riduzione degli imballaggi, dalle politiche di inclusione sociale agli investimenti in energia rinnovabile. L'attenzione ai valori ESG non è più solo una scelta etica ma una necessità strategica: secondo recenti studi, il 76% dei consumatori è disposto a premiare le aziende che dimostrano un impegno concreto nella sostenibilità. Un trend che sta ridefinendo gli standard del retail moderno e le aspettative dei clienti.



Piacersi... **sempre di più**

Il rilancio del brand in un percorso di crescita e innovazione nel segno del benessere.



Fatturato in crescita del 24% e gamma ampliata con 41 nuovi prodotti. Per il 2025 piano di espansione con focus su salute e nutrizione.

Il brand Piacersi di Conad chiude il 2024 con risultati significativi che confermano il successo della strategia di rilancio. Il nostro marchio dedicato al benessere ha registrato una crescita del fatturato del 24% rispetto all'anno precedente, trainata dall'innovazione di prodotto che ha visto l'introduzione di 41 nuove referenze e una comunicazione competitiva, rilevante e vivace per promuovere prodotti

che coniugano gusto e benessere. La sua evoluzione riflette il cambiamento nelle esigenze dei clienti con una visione più olistica del benessere senza dover rinunciare al piacere del gusto. Dagli storici benefici legati al controllo del peso e alle funzioni intestinali, la nuova gamma intercetta la crescente attenzione a benefici legati alla massa muscolare e al sistema immunitario. Ad accompagnare il rilancio di Piacersi, anche una strategia di comunicazione multicanale, che ha dato risultati significativi: la campagna digital ha raggiunto ottimi risultati in termini di coinvolgimento del pubblico digitale generando ben 21,5 milioni di visualizzazioni nelle 2 settimane di pianificazione ed investimento.

Sapori&: la nuova era del premium **tra tradizione e innovazione**

Un anno di successi e grandi novità per il premium di Conad, con un piano ambizioso per il 2025.

Il 2024 è stato un anno importante per l'offerta premium di Conad. Abbiamo riunito sotto il concept Sapori& le due anime dell'eccellenza gastronomica - Sapori&Dintorni e Sapori&Idee - dando vita a una proposta unica delle due linee che valorizza la nostra offerta premium di prodotti a marchio. Il premium in Conad ha raggiunto risultati significativi: 890 milioni di euro di fatturato complessivo, con una crescita del 6% rispetto all'anno precedente. Sapori&Dintorni rappresenta il pilastro del premium con i 3/4 del fatturato, ma è Sapori&Idee che cresce a doppia cifra. Con Sapori& nel 2024 è stata realizzata un'intensa attività di comunicazione integrata tra i due brand: dalla presenza sui media tradizionali al digitale, con il lancio della pagina Instagram dedicata (saporie) e la produzione di contenuti vi-

deo originali, fino alle collaborazioni con testate di settore e lifestyle e influencer qualificati. Per il 2025 abbiamo ideato un programma ancora più ambizioso che prevede il potenziamento della strategia social con una pianificazione annuale di contenuti in collaborazione con selezionati influencer. In continuità con le attività dello scorso anno rimangono confermati i tre cataloghi Sapori& - Pasqua, Gourmet e Natale - accompagnati da un piano di comunicazione dedicato, amplificato dal nuovo sito web saporie.com completamente rinnovato che diventerà parte dell'ecosistema digitale Conad. Il 2025 sarà quindi un anno di ulteriore sviluppo per Sapori&, con l'obiettivo di rafforzare il suo posizionamento nel segmento premium attraverso un racconto dell'eccellenza sempre più coinvolgente e multicanale.



Vai da Conad! La nostra campagna 2025

Dalla spesa ai servizi digitali: la centralità delle persone e dei loro bisogni.



La nostra campagna di comunicazione 2025 si svilupperà su due binari paralleli: la comunicazione valoriale, focalizzata su quattro aree strategiche (Convenienza, Food Experience e Benessere e Servizi digitali), e la comunicazione commerciale orientata al supporto delle vendite. Una strategia che mira a consolidare il posizionamento del brand e rafforzare le performance commerciali. La campagna rappresenta un'evoluzione nella comunicazione di Conad, che punta sulla sinergia tra narrazione del brand e proposta commerciale, adattandosi a un contesto di mercato in evoluzione e a consumatori sempre più esigenti e digitalizzati. Il tutto mantenendo fede al suo storico payoff "Persone oltre le cose", che sottolinea la centralità del Cliente nella visione aziendale. Entriamo nel vivo del concept.

UN CONCEPT CREATIVO CHE PARLA CHIARO

Il nuovo concept creativo è una promessa semplice ma potente: "La soluzione ai nostri problemi, a volte, è molto più ovvia di quanto ci aspettiamo". In un periodo in cui la trasparenza è più necessaria che mai, Conad si pone come la risposta affi-



dabile ai bisogni quotidiani e straordinari. Ecco che per raggiungere grandi risultati in termini di benessere, risparmiare senza rinunciare alla qualità, avere a portata di mano le eccellenze del territorio e i sapori innovativi, prenotare un viaggio o scegliere un'assicurazione, basta andare da Conad.

UNA NUOVA MUSICA

La scelta di "Via Con Me" di Paolo Conte come colonna sonora della campagna non è casuale. La canzone accompagna perfettamente la campagna con il suo ritmo che sottolinea l'invito "Ma vai da Conad!". Come leader del settore, siamo un partner affidabile che va oltre la spesa quotidiana, offrendo prodotti e servizi per rispondere a ogni necessità dei nostri clienti, sempre.

A FIANCO DELLE PERSONE

Per il 2025, abbiamo scelto di adottare una strategia di comunicazione che valorizza la sinergia tra il racconto del marchio e quello commerciale. Questo approccio mira a sostenere il posizionamento di Conad comunicando i suoi valori fondamentali, convenienza, esperienza alimentare, prodotti, negozi e servizi per il benessere e un ecosistema di servizi digitali, mentre parallelamente promuove le vendite attraverso una comunicazione efficace su prodotti e prezzi. La nuova campagna punta a consolidare la presenza di Conad nella mente dei clienti come il punto di riferimento per le loro esigenze, mostrando come l'insegna sia andata oltre il supermercato tradizionale, rappresentando ora un hub ecosistema di soluzioni che facilitano e arricchiscono la vita quotidiana dei clienti. La promessa è chiara: affidabilità, convenienza e qualità, tutto sotto un unico tetto, quello sicuro, di Conad.

Convenienza: il nostro patto di fiducia con i clienti

Tutti parlano di prezzo, noi di convenienza, con la qualità che non teme confronti e in più tante offerte ogni giorno.



Nel corso del 2024, abbiamo rinnovato il nostro impegno verso la convenienza, mantenendo invariati i prezzi della nostra linea "Bassi & Fissi". Questo progetto, che dal 2013 consente ai nostri clienti di accedere a un'ampia selezione di prodotti essenziali di alta qualità al prezzo più competitivo, oggi comprende 700 articoli in 113 diverse categorie di consumo, garantendo alle famiglie italiane un risparmio medio del 28,40%. Oltre a garantire prezzi bassi e fissi, Conad amplifica la propria offerta di convenienza attraverso promozioni che tutti i giorni coinvolgono un vasto assortimento di prodotti. Questo doppio approccio, combinando prezzi costantemente vantaggiosi con offerte dinamiche, permette di rispondere efficacemente e in modo personalizzato alle diverse necessità di risparmio dei nostri clienti, consolidando il nostro ruolo di punto di riferimento nel settore. La nostra insegna sostiene attivamente i consumatori, assi-

curando loro prodotti di qualità superiore a prezzi accessibili, rappresentando così un pilastro fondamentale per rispondere alla sempre più critica situazione del potere di acquisto all'interno della Comunità. Questo impegno verso la convenienza e la qualità è anche il fulcro della nostra nuova campagna di comunicazione, in onda da questo mese di cui vi parliamo nella pagina precedente e che potete vedere in tv. Il dilemma di fare la scelta giusta tra le molteplici offerte del mercato è il tema centrale del nostro ultimo spot pubblicitario. La protagonista, combattuta tra opinioni contrapposte su cosa sia veramente conveniente, trova nel suo dialogo con lo psicologo una soluzione evidente e rassicurante: per assicurarsi la vera convenienza, Conad è la scelta più sicura. Qui, ogni giorno, è possibile selezionare tra centinaia di prodotti e servizi di qualità offerti a prezzi realmente vantaggiosi.

Fondazione Conad ETS
è lo strumento al servizio di Soci
e Cooperative Conad per valorizzare
e promuovere progetti di sostenibilità
sociale e ambientale su tutto
il territorio nazionale.



Guarda qui i nostri progetti! →



Sullo Scaffale

Le novità dei prodotti
a marchio Conad

SCOPRI TUTTI
I CODICI EAN
DELLE NUOVE
REFERENZE



Infusi e tisane: **una gamma sempre più ricca**

La categoria "altri infusi" in Conad continua a registrare una sensibile crescita, +3% a valore e + 1% a volume. Gli infusi, così come le tisane, sono infatti dei prodotti molto apprezzati per le loro qualità benefiche e salutari, garantite dalle diverse piante utilizzate. Nei mesi invernali,

inoltre, sono bevande particolarmente gradite perché infondono un piacevole calore nelle giornate fredde.

La nostra proposta in questo segmento di mercato è molto ricca.

Da una parte spicca la linea Piacersi Conad con le sue tisane funzionali che vanno dalla Tisana "Equilibrio" con cicoria, zenzero, inulina e psillio, alla Tisana "Difese Immunitarie" con tè verde, timo, echinacea e vitamina C. A queste si è da poco aggiunta anche la Tisana "Energia" con tè verde, matè, guaranà, ginseng e zenzero. Dall'altra c'è la gamma "mainstream" Conad che vanta tre gustose proposte di tisane, una pensata per il ventre piatto, una rilassante e una per la regolarità, e quattro infusi a cui, negli ultimi tempi, si è aggiunta una quarta referenza "top seller" al gusto di finocchio.



Trancini e ciambelline: **la merenda Conad ha ancora più gusto**

Nella categoria delle merendine, uno dei prodotti maggiormente apprezzati è il "trancino", ossia la merendina a base di pan di spagna con farciture diverse.

La proposta MDD Conad in questo specifico segmento è ancora poco presidiata rispetto alle sue potenzialità. Fino a oggi

erano due le referenze sul mercato: il pan di spagna farcito con crema al cacao e il pan di spagna farcito con crema al latte.

Abbiamo perciò deciso di ampliare il nostro portafoglio con una nuova proposta che si discosta dalle referenze già esistenti, andando a offrire un'alternativa altrettanto gustosa: la merenda con doppia farcitura al latte.

Il prodotto si presenta con tre soffici strati di pane lievitato naturalmente e 2 strati di crema al latte. Oltre alla lievitazione naturale, vanta altre peculiarità qualitative nei suoi ingredienti come le uova da galline allevate a terra e il latte italiano.

Conad ha poi deciso di rinnovare anche il segmento tortini, sostituendo la ciambellina integrale con la sua variante classica. Un prodotto delizioso senza grassi idrogenati e coloranti.



Sugo pronto Cacio e Pepe Sapori&Idee Conad: **un sapore tipicamente italiano**

Per un popolo come quello italiano, particolarmente amante della pasta in tutte le sue forme, i sughi pronti sono prodotti molto apprezzati: basti pensare che in Conad il comparto dei sughi pronti registra una crescita a valore pari al + 6,8% e a volume + 2,9%. E se i sughi a base pomodoro continuano a essere i più rappresentativi del settore, è interessante notare come la categoria "altri sughi" sia quella che registra le crescite maggiori. In questo contesto abbiamo voluto arricchire una già ampia gamma di sughi pronti Sapori&Idee con una nuova referenza, che rappresenta una delle ricette più amate nel nostro Paese: il Sugo Cacio e Pepe con Pecorino Romano DOP. Il Sugo Cacio e Pepe è infatti uno degli ambasciatori della cucina italiana nel mondo, un primo piatto tipico del Lazio dal sapore avvolgente e intenso, dato dal Pecorino Romano DOP 53% e con il profumo di grani di pepe che donano carattere alla

ricetta. Il Sugo Cacio e Pepe con Pecorino Romano DOP si va ad aggiungere ad altri sughi eccellenti targati Sapori&Idee: i ragù di chianina, di capriolo, di cinghiale e di lepore.

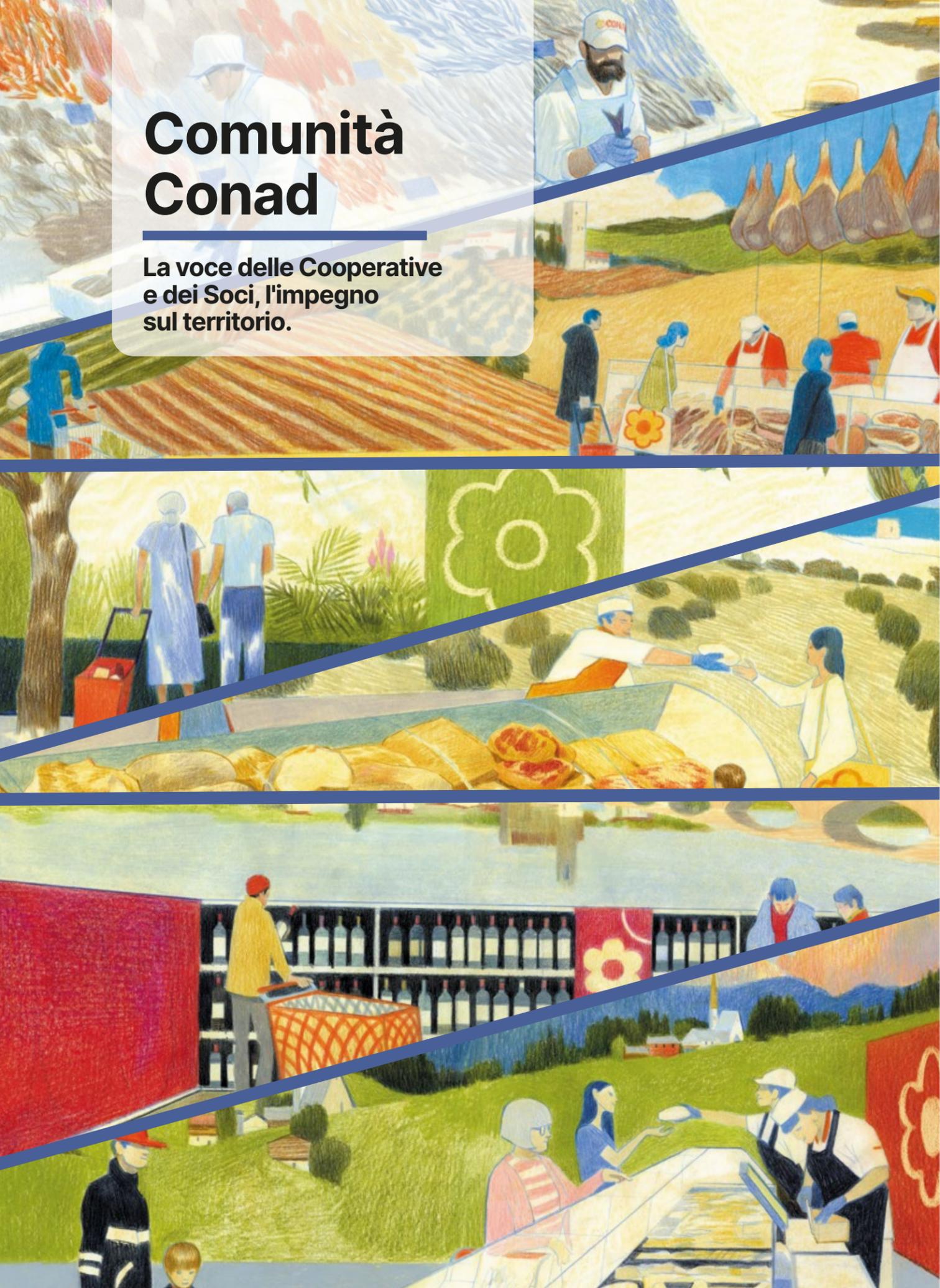


Basi sfoglia Alimentum Conad: **nuove referenze senza glutine**

Il mercato delle basi sfoglia, compreso il segmento senza glutine, sta registrando trend positivi in Italia, che si riflettono anche in Conad e che ci ha spinti a voler ulteriormente investire in questa categoria, con una particolare attenzione al segmento delle basi senza glutine che risulta in assoluto il più dinamico anche a causa dell'elevato aumento delle intolleranze. Per questo motivo è stata da poco pre-

sentata la nuova Sfoglia rotonda Conad Alimentum senza glutine da 280 grammi: un prodotto privo di glutine ma con performance simili al prodotto standard, ideale per ogni tipo di golosa preparazione. È tra i primi prodotti Conad Alimentum senza glutine da banco frigo, a cui seguirà nel corso del 2025, uno altrettanto sfizioso: la Piadina Conad Alimentum senza glutine da 200 grammi.





Comunità Conad

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

CONAD CENTRO NORD

Logistica green: Transcoop e CCN lanciano il primo **camion elettrico**

L'innovativo mezzo permetterà un risparmio di 93 tonnellate di CO2 all'anno e servirà i punti vendita di Parma e Reggio Emilia

Transcoop e Conad Centro Nord hanno presentato il 28 novembre scorso il loro primo camion completamente elettrico, segnando un momento storico per entrambe le aziende e per il territorio emiliano.

Il nuovo mezzo, in servizio da dicembre 2024, rappresenta un'innovazione importante nel panorama della distribuzione alimentare: con un'autonomia di 300 chilometri a pieno carico, percorrerà circa 60.000 chilometri annui per rifornire i punti vendita Conad nelle province di Parma e Reggio Emilia, garantendo un risparmio di 93 tonnellate di CO2 all'anno.

Il progetto rafforza l'impegno di Conad Centro Nord verso la sostenibilità, che negli ultimi anni ha già visto l'aggiornamento dell'80% del parco automezzi a Euro 6 e l'introduzione di cassette e pallet in plastica riciclata. "Questo progetto è perfettamen-

te coerente con i nostri obiettivi di riduzione delle emissioni CO2", ha dichiarato Giosuè Fiore, Direttore Supply Chain di Conad Centro Nord. Il veicolo, che si ricaricherà presso il Centro di Distribuzione di Campegine grazie all'energia prodotta dall'impianto fotovoltaico già esistente, sarà monitorato attentamente nei prossimi mesi.

Come ha spiegato Vincenzo Vecchi, Responsabile Pianificazione Logistica, "Valuteremo gli aspetti tecnici e le prestazioni del mezzo, considerando variabili come l'autonomia, i tempi di ricarica e l'impatto del clima stagionale sul refrigeramento del carico".

Il mezzo, brandizzato con i loghi Conad e Transcoop, richiama visivamente il progetto "Sosteniamo il futuro" di Conad, sottolineando l'impegno delle due realtà cooperative verso un modello di business più sostenibile e attento all'ambiente.

CONAD CIA

"Benessere è Equilibrio": un regalo di Natale **da 67mila euro**

A novembre, il 2% delle vendite di prodotti sostenibili nei supermercati romagnoli devoluto all'Istituto Oncologico Romagnolo

Un significativo contributo alla ricerca oncologica arriva dai supermercati Conad di CIA della Romagna. L'iniziativa "Benessere è Equilibrio", che ha coinvolto 130 punti vendita tra Forlì-Cesena, Ravenna, Rimini e San Marino, ha permesso di raccogliere 67.640 euro a favore dell'Istituto Oncologico Romagnolo (IOR).

Durante tutto il mese di novembre, il 2% del ricavato dalla vendita dei prodotti delle linee "Verso Natura", "Conad Piacersi" e "Conad Alimentum" è stato destinato alla no-profit fondata nel 1979 dal professor Amadori.

Queste linee di prodotti sono state scelte per il loro focus su benessere, salute e biologico, valori che si allineano perfettamente con la missione di prevenzione dello IOR.

"CIA-Conad e IOR condividono la stessa visione sulla promozione di corretti stili di vita e di un'alimentazione consapevole", ha dichiarato Valentino Colantuono, Direttore Operativo CIA-Conad,

durante la cerimonia di consegna dell'assegno presso la nuova sede "Sidera". "I nostri Soci imprenditori, profondamente radicati nel territorio, hanno sostenuto con convinzione questa iniziativa, molto apprezzata anche dai clienti." Il Direttore Generale dello IOR, Fabrizio Miserocchi, ha sottolineato come l'iniziativa si inserisca perfettamente nel concetto di "one health": "Le scelte personali volte a un maggior benessere hanno un impatto positivo anche sul Pianeta. Prediligere prodotti biologici e sostenibili non solo aiuta a prevenire varie malattie, tra cui i tumori, ma contribuisce anche a ridurre l'inquinamento."

La collaborazione tra CIA-Conad e IOR, che dura ormai da diversi decenni, ha già portato a numerosi progetti significativi, dal finanziamento di borse di studio per giovani ricercatori alla realizzazione del PRIME Center di San Cristoforo di Cesena, struttura specializzata in medicina integrativa per pazienti oncologici.

CONAD NORD OVEST

In prima linea contro la violenza di genere: donazione record di 105.000 euro

Successo dell'iniziativa solidale che unisce Kenya e Italia: venduti migliaia di portachiavi realizzati da artigiane africane per sostenere 40 centri antiviolenza sul territorio

Un ponte di solidarietà che attraversa due continenti e genera un impatto concreto nella lotta contro la violenza sulle donne. È questo il risultato dell'iniziativa "Saremo libere quando il rispetto avrà messo radici", promossa da Conad Nord Ovest in collaborazione con Ethical Fashion Initiative (EFI), che ha permesso di raccogliere e donare 105.000 euro a sostegno di D.i.Re - Donne in Rete contro la violenza e di 40 centri antiviolenza territoriali.

Il progetto ha visto protagoniste 1.900 artigiane kenyanee dell'impresa sociale Tujikuze, che hanno realizzato portachiavi con materiali riciclati. Questi oggetti simbolici sono stati venduti nei punti vendita Conad Nord Ovest durante la settimana del 25 novembre, Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza sulle donne, al prezzo di 2,90 euro, di cui 1 euro destinato ai centri antiviolenza. I fondi raccolti, incrementati da un ulteriore contributo della Cooperativa e dei suoi Soci, sosterranno le attività dei centri antiviolenza presenti in sette regioni: Toscana, Emilia, Lombardia (provincia di Mantova), Liguria, Piemonte, Valle d'Aosta, Lazio (Civitavecchia) e Sardegna. Questi centri offrono assistenza psicologica, legale e sociale

alle donne vittime di abusi, accompagnandole in un percorso verso l'autonomia.

"Non si tratta solo di un gesto simbolico", ha sottolineato Marco Brambilla, Direttore Generale di Conad Nord Ovest. "Dietro ogni portachiavi c'è il lavoro, la dignità e la speranza di migliaia di donne. La lotta contro la violenza di genere è un dovere collettivo, e siamo orgogliosi che il nostro contributo possa rappresentare un passo significativo verso una società più giusta e inclusiva." L'iniziativa ha ricevuto il plauso di Antonella Veltri, presidente di D.i.Re, che ha evidenziato non solo l'importanza del sostegno economico, ma anche il valore della campagna nel dare visibilità ai centri antiviolenza sul territorio. Simone Cipriani, fondatore di EFI, ha inoltre sottolineato come il progetto si allinei con l'obiettivo 5 delle Nazioni Unite per lo sviluppo sostenibile, dedicato alla parità di genere. Il progetto si inserisce in un più ampio impegno di Conad Nord Ovest, che da tre anni collabora con D.i.Re e promuove diverse iniziative a favore delle donne, come Panchine Rosse e Viva Vittoria, confermando il suo ruolo attivo nella costruzione di una società basata sul rispetto e l'uguaglianza di genere.

CONAD CIA

Inaugurato a Martellago il nuovo Polo Logistico Green

Il centro distributivo nel veneziano servirà 91 punti vendita con una flotta di 350 mezzi eco-sostenibili, tra cui 160 a gas naturale liquefatto e 80 a olio vegetale

Venerdì 29 novembre è stato inaugurato il nuovo centro distributivo CIA di Martellago (VE), che dà il via a un nuovo capitolo della storia della Cooperativa. Il centro gestisce 5.600 referenze ed è adibito alla gestione di tutti i tipi di merce: generi vari, anche per le offerte, prodotti deperibili, carni, ortofrutta e surgelati in transito e copre 91 punti vendita per i prodotti secchi e

62 punti vendita per i prodotti freschi, in tutta l'area del Triveneto e parte della Lombardia. Questo polo logistico all'avanguardia rappresenta un punto di svolta per la cooperativa, non solo per l'espansione territoriale, ma anche per l'adozione di tecnologie innovative e soluzioni sostenibili. La flotta ha 350 veicoli a basse emissioni: di questi 160 sono alimentati a gas naturale liquefatto, anche proveniente da biomassa (Gnl e Bio-Gnl), mentre 80 a olio vegetale idrotrattato (Hvo). Questo consentirà a CIA di ridurre significativamente sia l'impatto ambientale delle attività che la rumorosità, con un forte effetto positivo in particolare per i centri storici, contribuendo così a un futuro più sostenibile. I Soci di CIA sono orgogliosi di essere parte di un'impresa che guarda al futuro e investe in soluzioni che migliorano la qualità della vita delle persone e del territorio.



CONAD ADRIATICO

Retail del futuro: la sfida è formazione e innovazione

Circa 40mila ore di formazione e strategie green al centro del convegno dei leader della GDO a Monsampolo del Tronto



Circa 40.000 ore di formazione nel 2024 e un forte impegno sulla sostenibilità: la cooperativa rilancia la sua strategia di sviluppo durante un importante convegno a Monsampolo del Tronto.

Il futuro della Grande Distribuzione Organizzata passa attraverso innovazione, sostenibilità e valorizzazione dei talenti. È questo il messaggio emerso dall'importante convegno organizzato da Conad Adriatico presso la sua sede di Monsampolo del Tronto, nelle Marche, dove esperti e rappresentanti del settore si sono confrontati sulle sfide del retail moderno.

"Il contesto in cui operiamo richiede scelte coraggiose", ha dichiarato Antonio Di Ferdinando, Amministratore Delegato di Conad Adriatico, sottolineando l'importanza di puntare su sostenibilità e innovazione. "Crediamo nel potenziale dei nostri soci imprenditori e nell'importanza di investire nella formazione continua per garantire un futuro competitivo e sostenibile".

I numeri confermano questo impegno: nel 2024 la cooperativa ha erogato circa 40.000 ore di formazione, coinvolgendo 2.660 Soci e collaboratori. Un investimento significativo che si concentra sulle tecnologie emergenti e le pratiche sostenibili, con particolare attenzione ai temi ESG e alla multimedialità dell'offerta commerciale.

Durante l'evento, moderato da Maria Cristina Alfie-

ri, sono intervenuti numerosi esperti di rilievo. Tra questi, Stefania Trenti di Intesa Sanpaolo ha analizzato le prospettive macroeconomiche, mentre Daniele Fornari dell'Università Cattolica ha esplorato le opportunità offerte dal digitale. Vincenzo Perrone, dell'Università Bocconi, ha parlato delle nuove sfide nella gestione dei talenti e delle competenze in un'impresa in continua evoluzione. Di particolare interesse l'intervento di Pietro Grasso, ex Presidente del Senato, che ha evidenziato l'importanza dell'educazione alla legalità, ambito in cui Conad Adriatico è già attiva attraverso la Fondazione Conad e l'associazione Scintille di Futuro.

"La forza del nostro gruppo risiede nelle persone e nella loro capacità di collaborare per un obiettivo comune", ha affermato Emiliano Ciaschetti, Presidente di Conad Adriatico, evidenziando come il modello cooperativo rappresenti un valore aggiunto per lo sviluppo del territorio. La cooperativa, infatti, non si limita alla formazione interna, ma promuove attivamente collaborazioni con le università locali e supporta iniziative dei Soci per preparare le nuove generazioni al mercato del lavoro.

L'approccio integrato della cooperativa si estende anche ai fornitori, promuovendo la condivisione di best practices lungo tutta la filiera, con l'obiettivo di creare un impatto positivo sull'occupazione e sullo sviluppo del territorio.

CONAD CENTRO NORD

Il Barezzi Festival ha compiuto 18 anni con **un'edizione di prestigio**

Tre giorni di musica internazionale a Parma hanno confermato la vocazione del festival alla ricerca e alla contaminazione sonora

Dal 14 al 16 novembre, Parma ha ospitato la diciottesima edizione del Barezzi Festival, confermando il suo ruolo di punto di riferimento per la musica indipendente di qualità. Il festival, che prende il nome dal mecenate di Giuseppe Verdi, ha portato sul palco artisti internazionali del calibro di José González e Andrew Bird



Trio nelle loro uniche date italiane. L'evento ha visto un forte sostegno da parte di Conad Centro Nord, che ha dimostrato particolare entusiasmo per il progetto Barezzi Lab. "Il Barezzi Festival, con la sua capacità di unire tradizione e innovazione, offre un'opportunità unica per creare un legame vivo e concreto con il territorio che abitiamo", ha dichiarato Veronica Corchia, Responsabile Relazioni esterne e CSR di Conad Centro Nord. "Siamo stati particolarmente entusiasti di supportare il Barezzi Lab, un'iniziativa che valorizza gli artisti emergenti e, allo stesso tempo, coinvolge gli studenti delle scuole medie superiori stimolandone la creatività, l'innovazione e la conoscenza delle tradizioni". La manifestazione ha confermato la sua formula vincente, combinando una proposta musicale originale con location prestigiose come il Teatro Regio, l'Auditorium Paganini e l'Auditorium del Carmine. Il festival è stato preceduto dal format Barezzi Way, che ha portato concerti di rilievo lungo la via Emilia, tra cui le esibizioni esclusive dei Tinariwen e dei Lankum.

CONAD DAO

Premiati i clienti fortunati del **"Più spesa, più vinci"**

Grande successo per il primo concorso esteso a tutti i punti vendita della rete nel Nord-Est. Consegnati migliaia di premi ai vincitori

Si è tenuta lo scorso 9 gennaio la cerimonia di premiazione del concorso "Più spesa, più vinci", l'iniziativa promossa da DAO nei punti vendita Conad del Nord-Est. Una prima volta per DAO, che ha esteso l'adesione al concorso a tutti i punti vendita con insegna Conad della propria rete, nelle province di Trento, Bolzano, Verona, Vicenza e Belluno. I clienti hanno potuto partecipare at-



traverso una cartolina "gratta e vinci" che offriva due modalità di gioco diverse, con la possibilità di aggiudicarsi sia premi immediati che premi a estrazione finale. I numeri dell'iniziativa sono stati notevoli: oltre 59.000 premi instant win e 13 premi finali assegnati tramite estrazione, a testimonianza della portata significativa del concorso e della generosità della premiazione.

È stata l'occasione per far conoscere ancora di più l'azione e il ruolo delle cooperative Conad sul territorio, ma anche per coinvolgere la base sociale e tutta la clientela in un momento divertente e allo stesso tempo altamente premiante. Il progetto ha richiesto un importante sforzo organizzativo, coinvolgendo tutte le aree operative di DAO in un lavoro sinergico finalizzato alla piena soddisfazione dei clienti, che insieme ai Soci rappresentano il cuore pulsante dell'attività retail della cooperativa. La risposta dei partecipanti ha confermato l'apprezzamento per l'iniziativa, che ha saputo creare un momento di coinvolgimento positivo per tutta la comunità dei clienti Conad nel Nord-Est.

CONAD NORD OVEST

In visita a **Dallara Academy**

Delegazioni CNO e CCN in visita alla storica casa automobilistica di Varano: tra tecnologia all'avanguardia e una visione che mette al centro le persone e il territorio

CRESCERE INSIEME, la Scuola di Formazione di Conad Nord Ovest, affianca alla progettazione delle attività continuative di training interno la programmazione di momenti di apertura e "contaminazione". Si tratta di occasioni necessarie per sviluppare un attento percorso di crescita continua, per essere pronti al cambiamento e per rinsaldare la fiducia in una mappa di valori distintivi. Si iscrive in questo solco l'iniziativa dello scorso 21 novembre, che ha visto una delegazione di Soci di Conad Nord Ovest e Conad Centro Nord visitare il centro Dallara Automobili, eccellenza del settore automobilistico italiano. Durante la giornata i Soci hanno potuto visitare il prestigioso polo manifatturiero: dall'Academy, caratterizzata dalla sua rampa e dalle moderne aule formative, dove si svolgono corsi in partnership con diverse Università, fino ai laboratori di ricerca e sperimentazione, alle aree dedicate ai test e agli spazi produttivi. Al di là dell'impressionante dotazione tecnologica e degli spazi innovativi, sono stati il fat-

tore umano e i valori aziendali a rendere particolarmente significativo questo momento di confronto. L'incontro con il fondatore, l'ingegnere Giampaolo Dallara, e con il management aziendale, insieme alla sessione formativa guidata da Andrea Di Lenna - direttore di Performando e storico partner Dallara - ha rivelato il profilo di un'azienda che pone le persone e i valori al centro del proprio successo e della propria strategia.

I Soci hanno riscontrato numerose affinità con la loro realtà: dal forte legame con il territorio all'impegno costante per la crescita professionale dei collaboratori, fino a una carta dei valori sorprendentemente in sintonia con quella del Sistema Conad. Nonostante le evidenti differenze in termini di settore e specializzazione, è emersa una visione imprenditoriale comune: il fare impresa come impegno per costruire un'eredità duratura che, di generazione in generazione, contribuisca allo sviluppo delle persone e alla prosperità dei territori.



Sviluppo della nostra rete

Nuove aperture e ristrutturazioni.
Aggiornamento dall'1/11 al 31/12/2024

Legenda

- ◆ Ristrutturazioni
- ◆ Nuove aperture



TRENTINO ALTO ADIGE



◆ Villamontagna (TN) - Conad City - DAO



◆ Mezzocorona (TN) - Conad Spesa Facile - DAO

LOMBARDIA



◆ Capriolo (BS) - Conad SuperStore - Conad Centro Nord



◆ Castiglione delle Stiviere (MN) - Conad PetStore - Conad Centro Nord

TOSCANA



◆ Livorno (LI) - Via Baroni - Conad City - Conad Nord Ovest



● Cecina (LI) - Conad City - Conad Nord Ovest



● Livorno (LI) - via delle Lastre - Conad City - Conad Nord Ovest



● Viareggio (LU) - Conad City - Conad Nord Ovest



● Firenze (FI) - Conad - Conad Nord Ovest

VENETO



● Treviso (TV) - Conad City - CIA

FRIULI VENEZIA GIULIA



● San Vito al Tagliamento (PN) - viale Udine - Conad PetStore - CIA



● San Vito al Tagliamento (PN) - viale Udine - Conad SuperStore - CIA

MOLISE



● Isernia (IS) - Conad City - Conad Adriatico

MARCHE



● Loreto (AN) - Spazio Conad - Conad Adriatico



● Recanati (MC) - Conad Todis - Conad Adriatico

ABRUZZO



♥ Roseto degli Abruzzi (TE) - Conad City - Conad Adriatico



♥ Santa Maria Imbaro (CH) - Conad - Conad Adriatico

PUGLIA



♥ Bari (BA) - Conad City - Conad Adriatico

LAZIO



♥ Roma (RM) - via s. Agatone Papa - Conad City - Conad Nord Ovest



♥ Olevano Romano (RM) - Conad City - PAC 2000A



♥ Roma (RM) - via dei Due Ponti - Conad - PAC 2000A

CALABRIA



♥ Polistena (RC) - Conad SuperStore - PAC 2000A



♥ Mangone (CS) - Conad - PAC 2000A



♥ Gioia Tauro (RC) - Conad SuperStore - PAC 2000A



♥ Ricaldi (VV) - Conad Self 24h - PAC 2000A

CAMPANIA



♥ Quarto (NA) - Conad City - PAC 2000A



♥ Rocca d'Evandro (CE) - Conad City - PAC 2000A



♥ Piedimonte Matese (CE) - Conad City - PAC 2000A

ALBANIA



♥ Tirana - Conad City - Conad Adriatico

COMMA

GEN 2025

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



LA NOSTRA MARCA SIAMO NOI.

Noi di Conad crediamo che ogni scelta conti. Per questo abbiamo fatto della **sostenibilità** il pilastro del nostro impegno, investendo ogni giorno in progetti concreti per garantire un futuro migliore a tutti noi e al nostro pianeta. I prodotti a marchio Conad sono l'espressione più tangibile di questo impegno. Sono il risultato di una filiera che valorizza le comunità, promuove l'innovazione e mette al centro il benessere delle famiglie italiane. Una filiera che nasce dalla collaborazione e che ha raggiunto il 33,7% degli acquisti complessivi nei nostri negozi nel 2024. Con noi ci sono più di 12,5 milioni di famiglie che scelgono i prodotti a marchio Conad e una rete di oltre 720 fornitori specializzati, perché i prodotti a marchio Conad sono una scelta di qualità che si fa insieme. Il 95% di questa offerta è pensata e prodotta in Italia, contribuendo così alla crescita economica e sociale di innumerevoli territori e l'80% del packaging è già ispirato alle linee guida di sostenibilità. Per noi di Conad, questi sono solo i primi passi. Il futuro ci chiama a raggiungere insieme traguardi ancora più ambiziosi. Vogliamo infatti contribuire a ridurre le emissioni di CO₂, decarbonizzando l'intero

ciclo di vita dei nostri prodotti. Puntiamo anche ad ampliare costantemente la nostra offerta con soluzioni nutrizionali salutari, pensate per rispondere al desiderio di benessere di tutti. Questo è possibile perché la collaborazione con i nostri fornitori di prodotti a marchio Conad è un modello che, oltre a generare importanti risultati economici*, mette davvero le persone al centro. È una grande rete che fa leva sulle competenze di più di 110.000 operatori e promuove attivamente la crescita delle comunità e dei territori. Per noi di Conad la sostenibilità è fatta di atti concreti. È un impegno quotidiano che vive

in ogni prodotto, in ogni innovazione, in ogni scelta condivisa. Da persone, per altre persone. Anche per questo abbiamo stipulato un accordo esclusivo con SACE, che metterà a disposizione degli imprenditori partner di Conad un'ampia gamma di strumenti assicurativi e di garanzia per accedere al credito agevolato, puntando alla piena sostenibilità dell'intera filiera. Perché solo insieme possiamo costruire un futuro migliore. Per tutti noi.

*73,5 miliardi di fatturato e 9,3 miliardi di valore aggiunto



[futuro.conad.it](https://www.futuro.conad.it)

