

Cresce il numero dei consumatori che mettono il benessere mentale e fisico al centro delle loro scelte quotidiane

CONAD PRESENTA 'PIACERSI'
**LA NUOVA OFFERTA DI PRODOTTI A MARCHIO CONAD PENSATA
PER RISPONDERE ALLE NUOVE ABITUDINI DI CONSUMO DEGLI ITALIANI**

Milano, 25 settembre 2024 – Conad, prima insegna italiana della GDO, ha organizzato un incontro con i media per **presentare valori e caratteristiche dei prodotti Piacersi Conad**, nuova offerta di prodotti a marchio Conad dedicata alle persone che considerano la cura del proprio benessere il tema centrale della loro vita e delle loro scelte quotidiane.

La presentazione si è svolta partendo da un approfondimento di dati demoscopici elaborati da **IPSOS**, da cui emerge un'attenzione crescente verso la **salute mentale** (87%) e **fisica** (86%) e gli affetti, dalla **famiglia** (83%) alle **relazioni sentimentali** (70%). Benessere a tutto tondo e relazioni significative passano in primo piano rispetto a valori come il successo professionale ed economico (rispettivamente 69% e 65%) e il divertimento (44%). In fondo alle priorità, il successo in sé, ricercato solo da un italiano su quattro.

Fatte proprie queste evidenze, con la nota capacità di cogliere, interpretare e rispondere alle trasformazioni che avvengono nel mondo dei consumi e alle esigenze del consumatore moderno, **Conad ha sviluppato una linea innovativa di prodotti a marchio dedicata a quanti ricercano un desiderio di benessere olistico e non privativo, che unisce la salute al piacere di sentirsi bene con gusto.**

Piacersi Conad, che nell'ambito dell'offerta MDD Conad sviluppa un fatturato di oltre 100 milioni di euro, diventa così un vero e proprio brand, con più di **160 referenze, tra freschi, freschissimi, drogheria alimentare e prodotti surgelati, che riflettono le nuove abitudini dei clienti: momenti di consumo diversificati in diversi momenti della giornata, dai pasti principali ai consumi on the go.**

*"Piacersi Conad è la linea dedicata a Salute e Benessere, uno dei pilastri dello sviluppo della marca commerciale Conad, insieme a Convenienza, Sostenibilità e Naturalità, Servizio e Indulgence. Con Piacersi offriamo ai nostri clienti un'ampia gamma di prodotti pensati per soddisfare il desiderio di sentirsi bene senza rinunciare al piacere, mantenendo quindi una grande attenzione agli aspetti di gusto. Siamo convinti che prendersi cura di sé ogni giorno e ascoltare i propri desideri sia il primo passo verso la felicità e questa consapevolezza ci ha guidato nell'evoluzione del posizionamento della marca" afferma **Alessandra Corsi, Direttrice Marketing dell'Offerta e MDD Conad** "Piacersi è il contenitore dell'innovazione di Conad nell'area del benessere, in grado di intercettare i trend attuali e futuri in questo segmento".*

“Il consolidamento del valore della cura di sé, a tutto tondo, trova una piena risposta in una dieta bilanciata, che combina piacere, gusto e attenzione verso sé stessi” ha commentato **Chiara Ferrari, Public Affairs Leader di IPSOS**. *“La possiamo guardare come ad una evoluzione della dieta mediterranea che ci hanno trasmesso i nostri padri e i nostri nonni, che privilegia alimenti sani, genuini e a basso contenuto di grassi, e che ora si declina verso la ricerca di un’alimentazione equilibrata che ci permetta di stare bene con noi stessi”*.

Secondo ulteriori evidenze raccolte da IPSOS, infatti, il 76% degli italiani ritiene che salute fisica e mentale siano ugualmente importanti - percentuale in recupero ma ancora inferiore rispetto a Germania (84%) e Francia (81%) – e il **69%** del campione sondato crede che *“bisogna cercare di essere più sani ora per prevenire malattie future”*. Da qui la consapevolezza diffusa in un italiano su 3 (30%) che la **dieta bilanciata (30%) sia il primo modo con cui perseguire questo scopo** e, anche al netto di difficoltà finanziarie, appena il 17% rinuncerebbe a cibi e bevande che vantano benefici per la salute.

La gamma Piacersi Conad è stata accuratamente studiata **sulla base di studi ed evidenze scientifiche che hanno indicato diversi aspetti che possono concorrere al benessere del nostro corpo fra cui: la gestione del peso corporeo**, attraverso una strategia che coinvolge **nutrizione ed esercizio fisico, l’attenzione al sistema immunitario**, con focus su prodotti probiotici, prebiotici e simbiotici, vitamine e minerali e superfood, **la salute dell’intestino, del sistema cardiovascolare e delle funzioni mentali**, fino all’inserimento di prodotti proteici che contribuiscono, insieme ad una regolare attività fisica, alla definizione di una massa muscolare.

Riferimenti per la stampa:

Hill & Knowlton per Conad

Daniele Rurale – 346 5011546 – daniele.rurale@hillandknowlton.com

Sofia Lorenzini – 347 9901134 – sofia.lorenzini@hillandknowlton.com

Conad – Consorzio Nazionale Dettaglianti è la più ampia organizzazione di imprenditori indipendenti del commercio al dettaglio presente in Italia, con oltre 3.300 punti vendita in 1.600 Comuni e 107 province italiane.