

CONAD: PRIMO BRAND DEL RETAIL ITALIANO, PRIMA MARCA NEL LARGO CONSUMO IN ITALIA

- *Conad chiude il 2024 con un fatturato di 21,1 miliardi di euro (+4,5%), crescendo a un tasso superiore rispetto a quello del mercato*
- *Il fatturato dei prodotti a marchio Conad (MDD) cresce a 6,3 miliardi di euro (+4,7% a valore), così come la quota di mercato nel canale super, pari al 33,7%*
- *Avviati investimenti per la transizione ecologica e lo sviluppo di nuovi servizi ai clienti*
- *Nel corso della presentazione, è stata annunciata una partnership pluriennale con RCS Sports & Events per la sponsorizzazione della 'Maglia Bianca' del Giro d'Italia*

Milano, 19 dicembre 2024 – Conad si conferma insegna leader della Grande Distribuzione italiana. Secondo i dati del preconsuntivo presentati oggi a Milano, l'insegna chiuderà il 2024 ancora in crescita, con un **fatturato di 21,1 miliardi di euro, in aumento del 4,5% sull'anno precedente.**

In un contesto macroeconomico complesso, caratterizzato da un'inflazione finalmente contenuta e da una ripresa lenta, con i consumi delle famiglie stagnanti, **Conad consolida il proprio percorso di crescita con un tasso superiore a quello del mercato, trainato da un aumento dei volumi, nel solco di una tendenza che l'ha vista incrementare il proprio fatturato del 70% negli ultimi 10 anni.**

Le principali evidenze, illustrate dal Presidente Mauro Lusetti e dal Direttore Generale Francesco Avanzini, mostrano come Conad abbia mantenuto la propria **quota di mercato al 15%** sul totale Italia, con un peso rilevante in tutti i canali di vendita e in tutte le aree geografiche del Paese.

In questo scenario **si segnala la brillante performance dei negozi specializzati, con PetStore Conad (+17,8%), il nuovo "urban format" TuDay Conad (+ 5,8%) e con Conad Superstore (+5,7%).**

"Conad si conferma la più grande impresa del commercio italiano, la sola presente con un'unica insegna in tutte le regioni d'Italia, con tutti i principali indicatori economici in crescita rispetto all'esercizio 2023" ha dichiarato Mauro Lusetti, Presidente di Conad. "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".

Il 2024 ha visto anche l'ulteriore crescita della MDD (Marca del Distributore) Conad, con un **fatturato a 6,3 miliardi di euro (+4,7% a valore) e una quota sul totale delle vendite al 33,7%** (+0,5 punti) nel canale 'supermercati'. Gli investimenti sulla marca commerciale si sono concentrati sui prodotti di base, sulla valorizzazione delle marche premium e sul rilancio di Piacersi Conad.

"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. L'arena competitiva rimarrà affollata, con la crescita degli specialisti di valore e di convenienza, canali nei quali Conad dovrà incrementare la propria presenza" ha commentato Francesco Avanzini, Direttore Generale di Conad. "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".

Conad conferma il piano di investimenti, secondo un'agenda strategica caratterizzata da **due priorità** – *“Consolidare il presente”* e *“Gettare le Basi per il Futuro”* – e da cinque pilastri strategici: **efficienza, canalizzazione, digitalizzazione, sviluppo delle competenze e sostenibilità**.

In tema di sostenibilità, lo scorso ottobre Conad ha presentato ai propri partner industriali fornitori di prodotti MDD (oltre 700 imprese di tutta Italia, con oltre 110mila occupati complessivi) un programma di lavoro pluriennale finalizzato al raggiungimento degli obiettivi ESG, in particolare per la decarbonizzazione e l'attenzione alla salute e benessere dei clienti.

Infine, la digitalizzazione ha visto nell'ultimo anno lo 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. L'ecosistema sarà ulteriormente arricchito con nuovi progetti nel 2025.

Al termine della presentazione dei dati di preconsuntivo, Conad ha annunciato **una partnership pluriennale con RCS Sports & Events**: sarà sponsor della **“Maglia Bianca” del Giro d'Italia**, quella riservata al leader della classifica dei migliori giovani. Partecipando alla competizione 'regina' dello sport più praticato dagli italiani, Conad potrà avere una coinvolgente presenza sui territori, essere vicina al pubblico che segue la corsa, promuovere una vita attiva e sana.

Riferimenti per la stampa:

Burson 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. Dal 2019 è divenuta l'insegna leader di mercato con una quota del 15,0% e con oltre 3.300 negozi.