

CONAD SI CONFERMA IL PRIMO OPERATORE DELLA GDO ITALIANA NEL 2023 FATTURATO A 20,2 MILIARDI DI EURO

- *Conad mantiene il primato per quota di mercato, con il 15,0% sul totale Italia*
- *Cresce il fatturato dei prodotti a marchio Conad (MDD) a 6 miliardi di euro (+12,9% a valore) e la quota nel canale super al 33,5%*
- *Conad continua a lavorare con l'obiettivo di difendere il potere d'acquisto delle famiglie italiane, offrendo prodotti e servizi di qualità a prezzi competitivi e sostenendo la filiera agroalimentare nazionale*

Milano, 19 dicembre 2023 – Conad è per il quinto anno consecutivo il primo operatore della Grande Distribuzione italiana. È quanto emerge dalla presentazione dei dati di preconsuntivo 2023, con l'insegna che registra un **fatturato complessivo di circa 20,2 miliardi di euro, in crescita del 9,1% sul 2022**.

Le principali evidenze, illustrate dal Presidente Mauro Lusetti e dal Direttore Generale Operativo Francesco Avanzini, mostrano come Conad abbia consolidato la propria **quota di mercato, ora pari al 15,0%** sul totale Italia, con una **crescita delle vendite del 9,6%** (+7,9% a parità di rete). In questo scenario **hanno performato particolarmente bene i concept (+15%)** - Parafarmacia, Ottico e PetStore Conad - e **Conad Superstore (+12%)**, mentre continuano a crescere il format supermercato Conad (+8,7%), le insegne di prossimità TuDay Conad e Conad City (+8,5%), così come le grandi superfici Spazio Conad (+7,7%).

"Pur in un contesto di grande difficoltà per l'intero settore della Grande Distribuzione, Conad conferma la sua leadership, grazie alla forza di un modello di business basato su partecipazione e condivisione e che consente di mettere i nostri clienti nelle condizioni di fare una spesa conveniente, di qualità e privilegiando prodotti italiani" ha commentato **Mauro Lusetti, Presidente di Conad**. *"Il 2023 è stato un annus horribilis dal punto di vista dei consumi, con volumi in contrazione e un tasso di inflazione che ha toccato in alcune rilevazioni mensili anche la doppia cifra. Ciò nonostante, vediamo all'orizzonte dei segnali di ripartenza: dalla resilienza economica del Paese a spiragli di apertura per il recupero del potere d'acquisto grazie al comportamento responsabile di tutta la filiera, dalla produzione alla distribuzione. Conad, in quanto insegna leader della Grande Distribuzione in Italia, vuole continuare a fare la propria parte in questo senso, difendendo il potere d'acquisto dei clienti e delle famiglie italiane. Lo facciamo grazie all'impegno dei Soci e delle Cooperative, offrendo prodotti e servizi di qualità a prezzi competitivi e sostenendo la filiera agroalimentare nazionale".*

Fiore all'occhiello dell'impegno di Conad per la difesa del potere d'acquisto delle famiglie è **Bassi & Fissi**, iniziativa con cui dal 2013 viene offerto un panierino di prodotti indispensabili di alta qualità e al miglior prezzo possibile. Nel 2023, **hanno fatto parte del panierino Bassi & Fissi oltre 600 prodotti, rappresentativi di 115 categorie merceologiche, con un risparmio medio per i consumatori pari al 27,8%**. Per il primo trimestre del 2024, Conad si impegnerà a tenere ancora bloccati i prezzi dei prodotti del panierino, contribuendo al raffreddamento del caro vita con azioni concrete.

In un contesto economico e sociale difficile, **Conad conferma il piano di investimenti nel triennio 2023-2025 di quasi 2 miliardi di euro**, secondo un'agenda strategica caratterizzata da **due priorità** – *"Consolidare il presente"* e *"Gettare le Basi per il Futuro"* – e dai cinque pilastri strategici dell'insegna: **efficienza, canalizzazione, digitalizzazione, sviluppo delle competenze e sostenibilità**, insita da sempre nel modo di fare business di Conad, e che si concretizza attraverso la strategia di sostenibilità concreta "Sosteniamo il Futuro".



*“Il Sistema Conad ha potuto continuare a crescere nel 2023 grazie alle strategie e agli investimenti effettuati negli scorsi anni. Per questo motivo, intendiamo continuare a spingere sull’acceleratore degli investimenti nonostante il contesto economico particolarmente sfidante” ha aggiunto **Francesco Avanzini**, Direttore Generale Operativo di Conad. “Dall’omnicanalità, ai prodotti a marchio del distributore, alla sostenibilità fino alla digitalizzazione, con l’ampliamento della piattaforma HeyConad a nuove tipologie di servizi. Questi sono i driver che ci consentiranno di continuare a crescere e di recuperare efficienza, gettando le basi per un futuro solido e che apra anche al settore del beyond trade. Da qui al 2025, prevediamo una crescita media superiore al tasso di inflazione di circa il 5%, che ci consenta di consolidare il nostro ruolo di leader della Grande Distribuzione italiana”.*

La digitalizzazione ha visto nel 2023 la progressiva implementazione di nuovi servizi nell’ambito dell’ecosistema digitale **HeyConad**, affiancando alla spesa online un’offerta dedicata a viaggi, cultura e tempo libero pensata per valorizzare le bellezze del territorio italiano, grazie a una partnership strategica stretta con Welcome Travel Group. **HeyConad sarà ulteriormente arricchito con nuovi servizi** in ambito pet care, servizi finanziari e assicurativi e per la mobilità **nel corso del 2024**, consentendo all’utente di **vivere con la massima semplicità l’accesso** a tutte le proposte del mondo Conad.

Ulteriori sviluppi si sono registrati all’interno della rete nell’ambito dei concept store, con parafarmacie, negozi di ottica, distributori di carburanti, e pet store che quest’anno hanno registrato un incremento sulla rete nazionale con **+27 punti vendita**. L’obiettivo rimane quello di fornire risposte puntuali e diversificate alle molteplici esigenze dei clienti, tutte accomunate da qualità dell’offerta, convenienza nella spesa e forte focalizzazione su marca del distributore e prodotti freschi: dalle grandi superfici fino ai punti vendita di quartiere, con una rete attuale di **3.951 punti vendita**.

Nel 2023 ha mantenuto il proprio ruolo di leadership anche la marca del distributore di Conad, che ha toccato **quota 33,5%** nel canale super sul totale del largo consumo confezionato a livello Italia con un **fatturato di 6 miliardi di euro (+12,9% a valore)**. Si tratta di un risultato importante raggiunto grazie alle linee strategiche di sviluppo dei prodotti a marchio Conad: convenienza, attenzione alla salute e al benessere, impegno per la sostenibilità ambientale, valorizzazione del servizio e consolidamento dell’offerta premium. Il 2023 ha visto in questo senso il **riposizionamento della marca Verso Natura**, dedicata a chi ama le cose buone per sé e per l’ambiente e che prevede un’ampia offerta di prodotti biologici o a ridotto impatto ambientale, e il **lancio di nuove linee di prodotto del brand gourmet Sapori & Idee**.

A ciò si affianca il grande impegno di Conad in termini di sostenibilità, con il **proseguimento della strategia “Sosteniamo il futuro”**, che **abbraccia 12 degli obiettivi individuati dalle Nazioni Unite per lo sviluppo sostenibile**, e che è l’espressione di tante iniziative concrete che caratterizzano l’insegna sul fronte della tutela dell’ambiente e delle sue risorse, del supporto alle persone e alle Comunità e del territorio e delle imprese italiane. Un impegno che è ulteriormente arricchito dalle attività promosse da **Fondazione Conad ETS**, ente non profit costituito per valorizzare l’impegno a fattor comune di Cooperative e Soci sul territorio.

Infine, si conferma anche nel 2023 il primato di Conad sul fronte della **brand awareness**. L’insegna ad oggi continua ad essere **Top of Mind del settore** (19,9%), con una notorietà totale pari al 94,6%. Conad è anche prima per numero di clienti - **11,6 milioni di famiglie** - che visitano settimanalmente i punti di vendita.

Riferimenti per la stampa:

Hill & Knowlton per Conad

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

Virginia Giussani – 348 2330429 – virginia.giussani@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.