

**Insieme si è più forti.
Per questo una Comunità
è più grande
di un supermercato.**

Persone oltre le cose

Crediamo nel valore della persona.
 La nostra professionalità non si limita
 alla selezione, al controllo e alla garanzia che
 offriamo per tutti i prodotti che
 per noi di Conad è fondamentale
 e le esigenze dei nostri clienti.
 Solidarietà, condivisione e dialogo
 che Conad, sono l'essenza
 del servizio, un servizio
 che

Sommario

Chi siamo	4
I principi e i valori del sistema Conad	6
Il Modello Conad	8
Le 5 Cooperative principali	10
I Centri distributivi e gli Hub logistici	11
I numeri di Conad	12
La solidità del sistema Conad	13
I risultati di Conad nel mercato	14
La rete Conad	16
La strategia multicanale	18
La marca del distributore Conad	19
Tutti i brand	20
La sostenibilità in Conad	23
Sosteniamo il futuro	24
La relazione con il cliente	26
La leadership di Conad nella notorietà totale	27

Chi siamo

Dal 2019 leader della grande distribuzione in Italia, Conad ha saputo conquistare le famiglie italiane offrendo qualità, convenienza e un modello originale di fare impresa e fare la spesa, con al centro le persone: i Soci, i Clienti e le Comunità.

Conad – acronimo di Consorzio Nazionale Dettaglianti – è la più ampia organizzazione di imprenditori indipendenti del commercio al dettaglio presente sul territorio italiano. Nel corso del 2019 è divenuta la prima catena della grande distribuzione organizzata e nel 2020 ha rafforzato ulteriormente la sua leadership assoluta, consolidando la quota detenuta da tempo nel canale dei supermercati. Un risultato che, unito alla conclusione dell'acquisizione Auchan, testimonia il ruolo di Conad come soggetto di grande rilievo per il Paese, riconosciuto sia dai clienti sia dagli osservatori del mercato a livello nazionale e internazionale. Nel 2020 Conad, oltre ad affermarsi come brand top of mind della GDO in Italia (fonte GFK), si è posizionato al nono posto nella classifica Brand Finance Global 500 - primo nella categoria retail - e al 70esimo posto a livello globale nello



studio Global Powers Retailing di Deloitte. Fondato nel 1962, il Consorzio Conad riunisce 5 Cooperative principali, che complessivamente associano 2.348 dettaglianti, dando vita a un modello distributivo che non trova eguali nel panorama della grande distribuzione italiana: un sistema costruito sulla figura del commerciante-cooperatore, imprenditore del commercio associato in Cooperativa.

Il modello organizzativo Conad si presenta strutturato su tre livelli:

- i Soci titolari dei punti vendita, imprenditori associati in Cooperativa;
- le Cooperative, che operano nelle diverse aree del Paese supportando gli imprenditori associati e coordinando l'attività commerciale a livello territoriale, con servizi amministrativi, commerciali, logistici e finanziari;
- il Consorzio nazionale, che agisce da centrale di acquisto e servizi, si occupa della pianificazione strategica, dell'attività di marketing e comunicazione per tutto il sistema, nonché della produzione, promozione e sviluppo della marca del distributore.

ALLEANZE INTERNAZIONALI E MEMBERSHIP

Il Consorzio Conad aderisce a due organizzazioni politico-sindacali: Ancd, Associazione nazionale Cooperative fra dettaglianti (articolazione settoriale di Legacoop) e Adm, Associazione della distribuzione moderna, che ha la missione di rappresentare il settore nei confronti delle istituzioni e degli altri comparti. Il Consorzio, inoltre, è tra i promotori di AgeCore, alleanza strategica internazionale che unisce le insegne già



partner di Core e di Alidis (Alliance internationale de distributeurs). Al raggruppamento oggi partecipano, oltre a Conad, la svizzera Coop, la belga Colruyt, la tedesca Edeka, la francese Groupement des Mousquetaires (Intermarché) e la spagnola Eroski. AgeCore è la più grande alleanza in Europa tra retailer indipendenti leader di mercato: più di 22.400 punti vendita disseminati nel Vecchio Continente, che sviluppano un giro d'affari complessivo di oltre 157 miliardi di euro. Tra i vantaggi offerti dalla partnership, da un lato, la possibilità di assicurare ai clienti maggior valore, grazie a un'offerta di prodotti più ampia e conveniente; dall'altro, l'opportunità di aprire alle produzioni agroalimentari italiane nuovi sbocchi di mercato.

VISIONE, MISSIONE, PRINCIPI E VALORI

Il sistema Conad, da sempre, è guidato da una **visione** ambiziosa: **essere un'organizzazione di imprenditori dettaglianti indipendenti che soddisfa al meglio le aspettative dei clienti e che ha un primario ruolo economico e sociale nelle Comunità in cui opera.** È una visione che porta l'insegna a creare ricchezza e benessere su tutto il territorio italiano attraverso il lavoro imprenditoriale. La rete di vendita e l'offerta sono naturalmente evolute nel tempo, ma non è cambiata la **missione** dell'insegna: **sostenere il Socio con adeguate strategie, oltre che funzioni e servizi, nel suo rapporto con i clienti e con gli altri stakeholder, ampliando le quote di mercato, sviluppando nuova imprenditorialità, creando valore per l'impresa e aderendo alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica.** I **principi** sono le radici forti e indispensabili

che sostengono il sistema e si esprimono ogni giorno con le persone, le istituzioni e le associazioni che il mondo Conad incontra. Tra questi rientra la mutualità: le Cooperative sono nate per fornire risposte ai bisogni e ai desideri di tanti dettaglianti e per tutelarne gli interessi. I Soci si propongono di crescere insieme, aiutandosi a vicenda, per raggiungere traguardi a cui non potrebbero arrivare da soli. Fondamentale la partecipazione dei Soci alla vita del sistema Conad, garantita attraverso gli organismi previsti da ciascuna Cooperativa e le commissioni di lavoro tematiche. Nell'operato quotidiano dell'insegna è imprescindibile il radicamento nelle Comunità che si esprime attraverso una relazione solidaristica nei confronti del territorio e delle realtà sociali che lo animano. L'intergenerazionalità, infine, si concretizza con l'impegno nel trovare nuovi Soci per garantire la crescita imprenditoriale delle generazioni future. Mentre i principi sono le radici di Conad, **i valori** ne rappresentano le estensioni e descrivono la volontà e l'impegno dell'insegna nell'adottare comportamenti che rafforzano l'identità cooperativa. I valori alla base del sistema Conad sono: l'appartenenza, la centralità delle persone, l'orientamento all'innovazione, l'integrità e la sostenibilità ambientale, sociale ed economica. I valori costano, richiedono impegno e concretezza. In essi tutte le persone del sistema Conad si riconoscono, facendoli propri e agendo di conseguenza. Visione, missione, principi e valori rappresentano le origini di Conad, ne orientano gli obiettivi, i progetti commerciali, lo sviluppo futuro.

I principi e i valori del sistema Conad

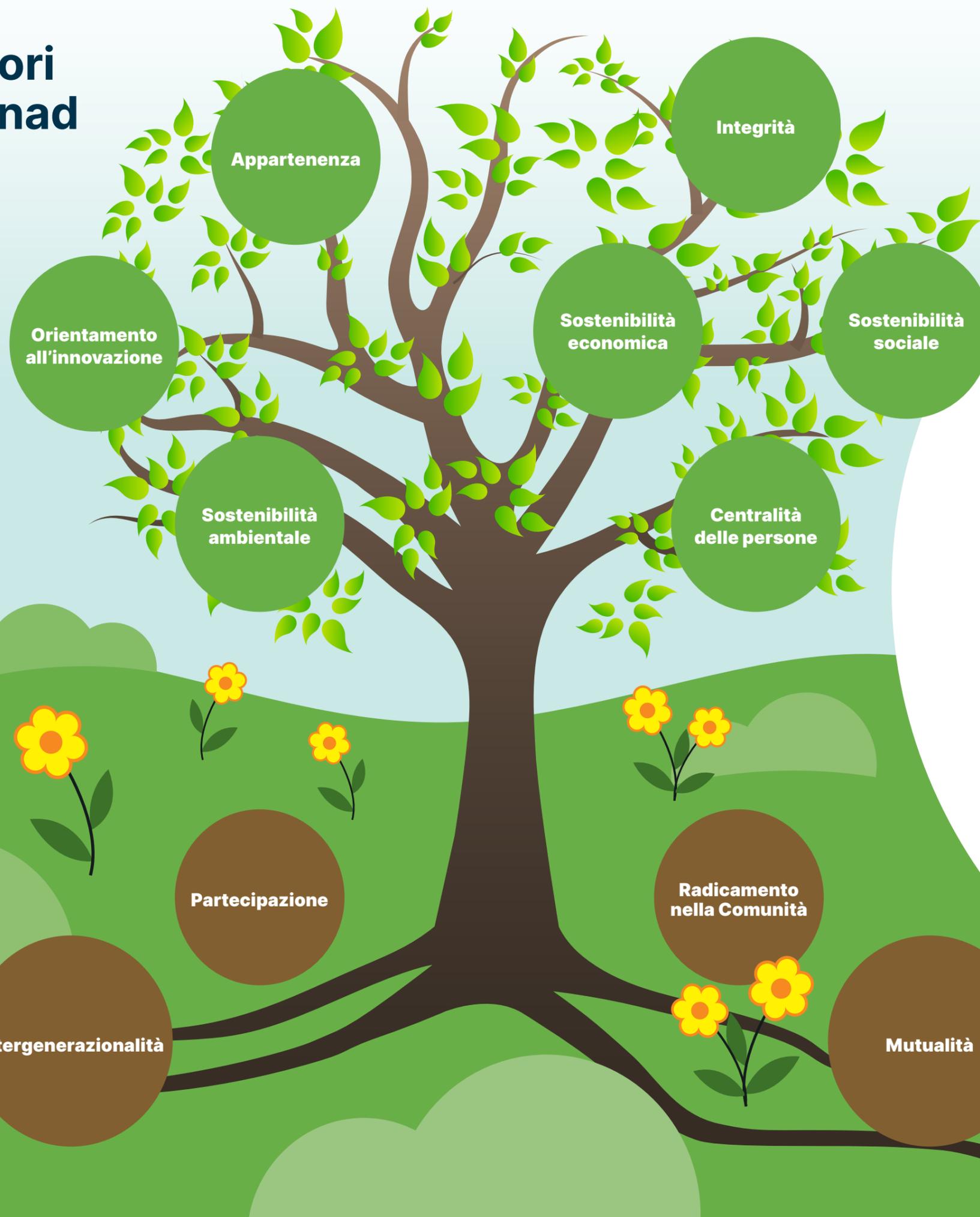
Visione

Essere un sistema di imprenditori dettaglianti indipendenti che soddisfa al meglio le aspettative dei clienti e che ha un primario ruolo economico e sociale nelle Comunità in cui opera.

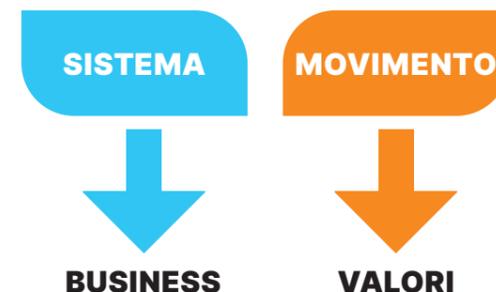
Missione

Sostenere il Socio con adeguate strategie, funzioni e servizi nel suo rapporto con i clienti e con gli altri stakeholder:

- ampliando la quota di mercato dell'insegna;
- qualificando l'impresa commerciale;
- sviluppando nuova imprenditorialità;
- creando valore per l'impresa;
- aderendo alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica.



Cardini strategici



Conad non è solo l'insegna leader della distribuzione. È molto di più: una realtà unica e originale, nella quale Soci, Cooperative e Consorzio sono co-imprenditori, ovvero condividono un insieme di valori e un progetto di sviluppo comune. Da questo punto di vista Conad manifesta una duplice natura: una natura di "sistema", che riguarda la gestione commerciale e operativa del business; e una natura di "movimento", che riguarda l'impegno di Conad a far vivere i valori che rappresenta nelle Comunità in cui opera.

Il Modello Conad



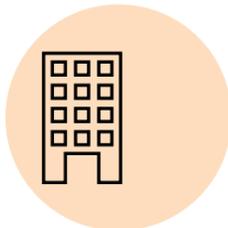
Le persone al centro

La peculiarità di Conad è che i Soci sono imprenditori che hanno scelto di cooperare, cioè di inserirsi in un sistema corale che offre loro la possibilità di esprimersi individualmente attraverso l'assunto "una testa un voto", proprio del modello economico e organizzativo della cooperazione. Questo principio, valorizzato e concretizzato nella prassi aziendale con diversi strumenti ed azioni, fa sì che al centro del sistema Conad vi sia la persona e le sue capacità. Una centralità che vale anche all'esterno, nella relazione con il cliente che, prima di essere un cliente, in Conad è una persona.



Il Socio

Titolare del punto vendita, è un imprenditore del commercio che ha scelto di associarsi in Cooperativa. Il Socio è al contempo utente e "proprietario" della Cooperativa. Qui le virgolette sono d'obbligo, perché in realtà le Cooperative non hanno un proprietario. Esse non appartengono a nessuno in particolare perché sono patrimonio delle generazioni future.



Le Cooperative principali

Gli imprenditori associati hanno costituito le Cooperative, che operano nelle diverse aree del Paese coordinando l'attività commerciale a livello territoriale.



Il Consorzio nazionale

Le Cooperative a loro volta si sono associate tra loro, dando vita al Consorzio nazionale, che agisce da centrale di acquisto e servizi per tutto il sistema. Cooperative e Consorzio sono strumenti al servizio della strategia e del Socio Imprenditore.

L'organizzazione

COSA FANNO I SOCI

I Soci sono commercianti al dettaglio che gestiscono i loro punti vendita e la relazione con la clientela, avvalendosi dei servizi erogati dalla Cooperativa e condividendo i vantaggi che derivano dall'appartenere a un sistema leader di mercato, che ha scelto di porre al centro la persona.

COSA FANNO LE COOPERATIVE

Le Cooperative offrono agli associati servizi amministrativi, commerciali, logistici e finanziari, confrontandosi con i Soci da un lato e con il Consorzio dall'altro, attuando un piano di sviluppo territoriale.

COSA FA IL CONSORZIO

Il Consorzio si occupa della pianificazione strategica, delle attività di marketing e comunicazione per tutto il sistema, nonché della produzione, promozione e sviluppo della marca del distributore. Un elemento decisivo del successo è la centralizzazione delle strategie. Una corretta governance del sistema evita le duplicazioni nelle attività.



Gestione punto vendita



Servizi amministrativi



Licenza insegne



Relazione con il cliente



Servizi commerciali



Pianificazione strategica



Relazione con il territorio



Servizi logistici



Marketing e comunicazione



Servizi finanziari



Promozione e sviluppo della marca del distributore

Il rapporto con il territorio

Il rapporto diretto, oltre che personale, del Socio con la Comunità locale si esprime anche in una relazione solidaristica nei confronti del territorio e delle realtà sociali che lo animano. Una dinamica che fa di Conad una sorta di "presidio sociale", con azioni lasciate alla libera iniziativa dei Soci, quindi spesso diffuse e frammentate, ma proprio per questo capaci di aderire al meglio al territorio, creando forme di "sussidiarietà orizzontale" che coinvolgono differenti stakeholder: clienti e fornitori in primis, ma anche associazionismo e pubblica amministrazione, il tutto a vantaggio del benessere collettivo.

5.453

i fornitori locali di beni alimentari delle Cooperative

500

i punti vendita della rete situati in Comuni di 5.000 abitanti

Le 5 Cooperative principali



(*) Regione presidiata dalla associata Dao

I Centri distributivi e gli Hub logistici



I numeri di Conad

Consorzio Conad



Fatturato

1,85

miliardi di euro

(+18,16% rispetto al 2019)



Patrimonio netto

145,35

milioni di euro

(+82,8% rispetto al 2019)



Addetti

246

mediamente presenti

del Consorzio e delle Società dell'area di consolidamento (+39 rispetto al 2019)

Sistema Conad

Fatturato della rete di vendita

15,95

miliardi di euro

(+12,3% rispetto al 2019)

Patrimonio netto aggregato

2,91

miliardi di euro

(+11,9% rispetto al 2019)



2.348

Soci



65.772

Addetti

(+8.273 rispetto al 2019)



3.305

Punti vendita

(+98 rispetto al 2019)



2.411.220

Mq superficie di vendita

(+12,4% rispetto al 2019)



52

Centri logistici

887.770 mq



15,01%

quota totale Italia



23,5%

quota totale supermercati

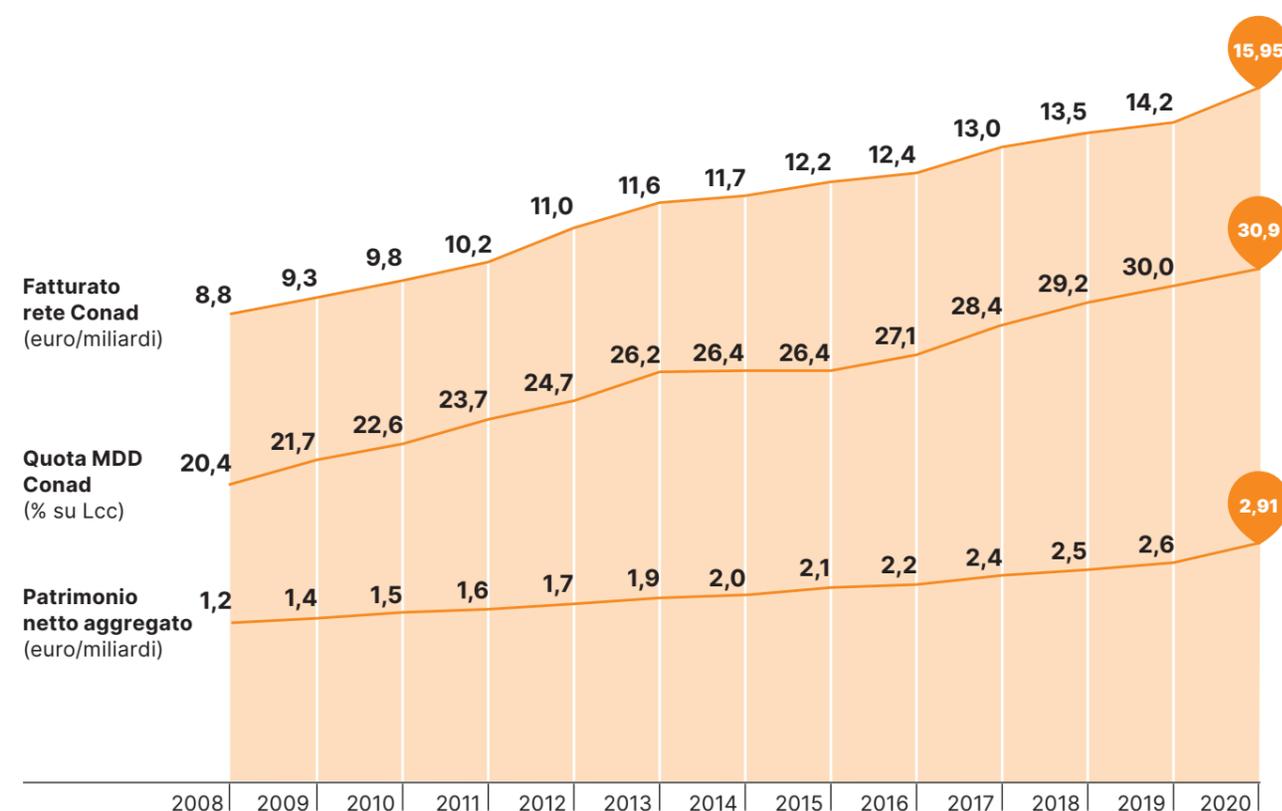


30,9%

quota marca del distributore nel canale super

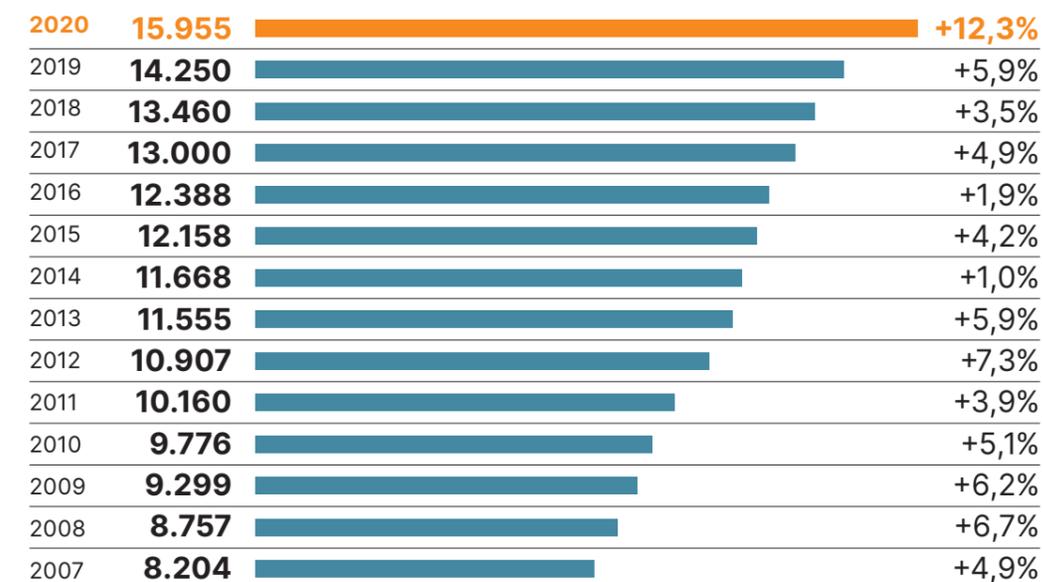
Fonte: GNLC, II semestre 2020

La solidità del sistema Conad



Evoluzione fatturato

rete di vendita Conad
Milioni di euro



I risultati di Conad nel mercato

IL CONSOLIDAMENTO DELLA LEADERSHIP

In un contesto segnato dalla pandemia, nonostante l'emergenza sanitaria e le difficoltà dovute alle restrizioni, Conad nel 2020 ha ottenuto importanti risultati. L'insegna della grande distribuzione ha infatti rafforzato la propria leadership di mercato, un traguardo reso possibile grazie a diversi fattori: il lavoro quotidiano dei Soci e dei collaboratori nella Comunità, il gioco di squadra delle Cooperative, gli investimenti sulla rete, l'ottimo andamento della marca del distributore, mirate azioni di sviluppo per linee esterne, come il completamento dell'operazione di acquisizione Auchan. Il fatturato di Conad nel 2020 si è attestato a 15,95 miliardi di euro, in aumento del 12,3% sull'anno precedente (+1,7 miliardi rispetto al 2019) con una quota di mercato pari al 15,01% (23,5% nel canale supermercati). Pur in uno scenario complesso, Conad ha infatti saputo rispondere con

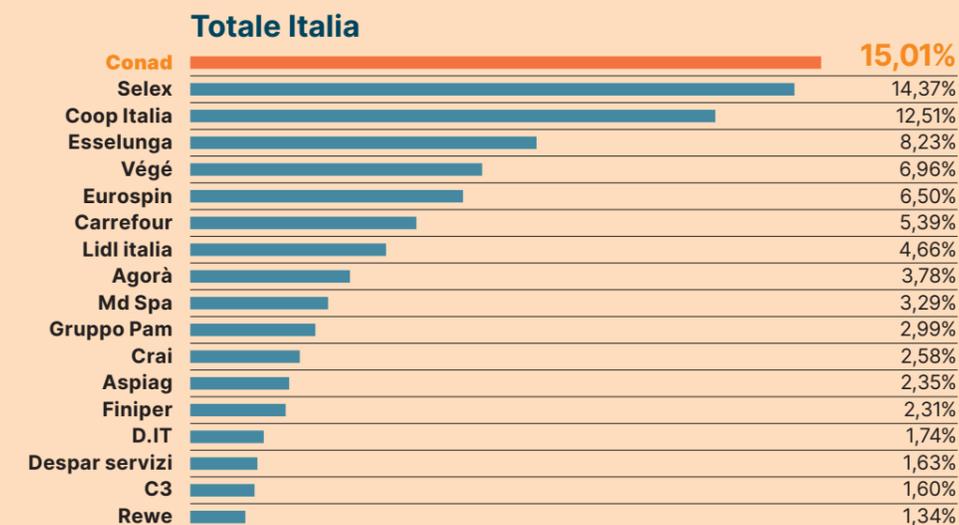
proattività, garantendo continuità di servizio e di approvvigionamento anche nei periodi di lockdown e rafforzando così la propria leadership sul mercato italiano. L'anno di Conad si può riassumere con le parole dell'Amministratore delegato Francesco Pugliese in occasione della conferenza stampa di fine 2020: "Siamo soddisfatti ma non felici, perché il Paese deve affrontare una difficile fase di ripresa e il sistema distributivo italiano nel suo complesso è in una situazione critica. Sono grato ai 2.348 Soci delle Cooperative e ai 65 mila collaboratori per avere contribuito ad ottenere un buon risultato economico e per essere stati un prezioso punto di riferimento per le Comunità in seno alle quali operano, come hanno fatto le ragazze e i ragazzi del supermercato Conad di Codogno". Nei prossimi anni giocherà un ruolo di primo piano l'ammodernamento dei punti vendita di ogni tipologia attraverso un piano di investimenti da 1,487 miliardi di euro in tre anni (2020-2022).

Posizionamento Conad nelle regioni



	Pdv	Posizione
Leader		
Abruzzo	143	1/17
Umbria	174	1/15
Lazio	516	1/19
Calabria	161	1/19
Sardegna	79	1/17
Valle d'Aosta	5	1/13
Follower		
Molise	16	2/15
Marche	130	2/17
Emilia-Romagna	328	2/25
Campania	295	2/19
Sicilia	323	2/18
Toscana	186	2/21
Quarta insegna		
Trentino-Alto Adige	150	4/15
Liguria	59	4/17
Puglia	159	4/19
Altro		
Friuli-Venezia Giulia	25	5/17
Basilicata	12	7/18
Veneto	70	7/21
Lombardia	228	7/25
Piemonte	79	9/21

Quote di mercato per insegne



Totale supermercati



Totale libero servizio

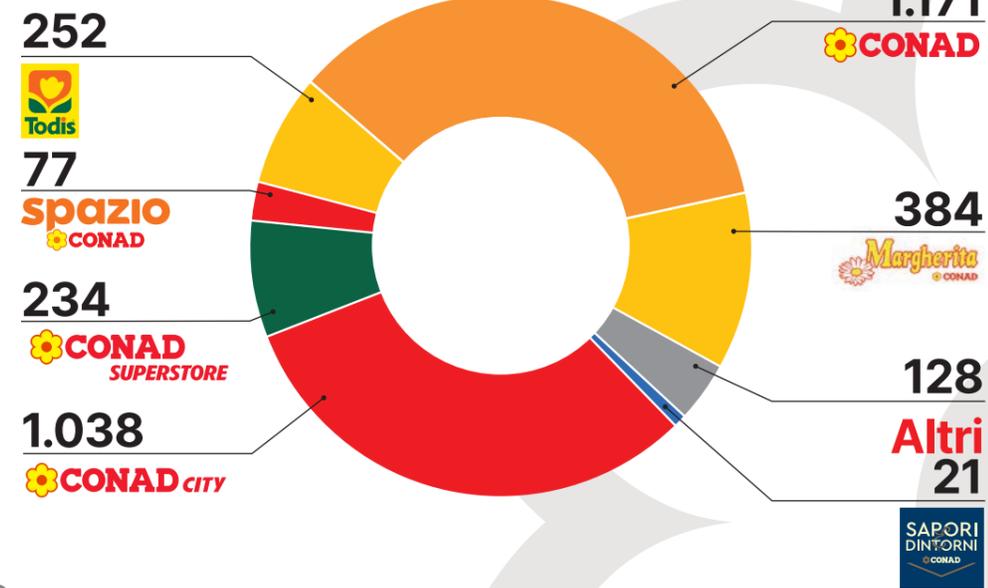


Fonte: Gnlc, II semestre 2020

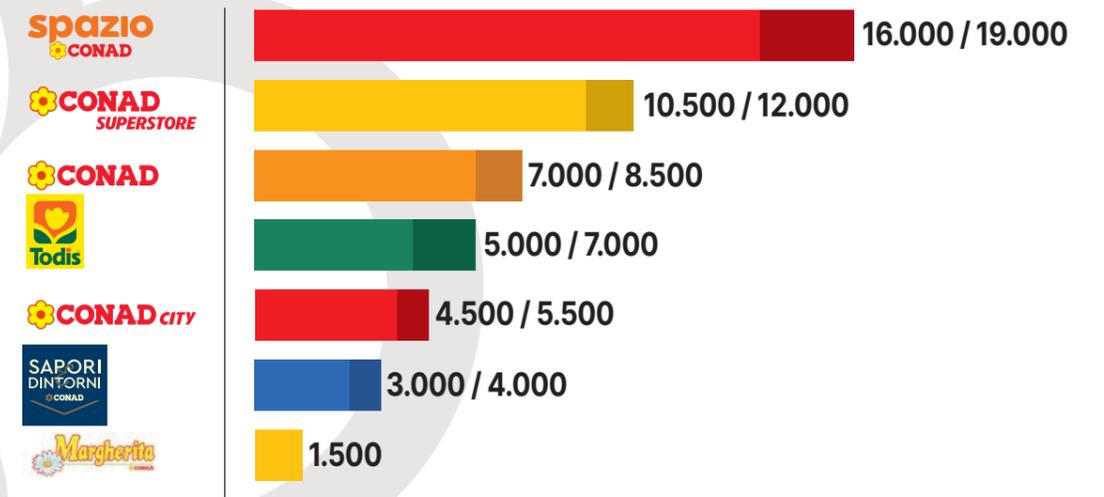
La rete Conad



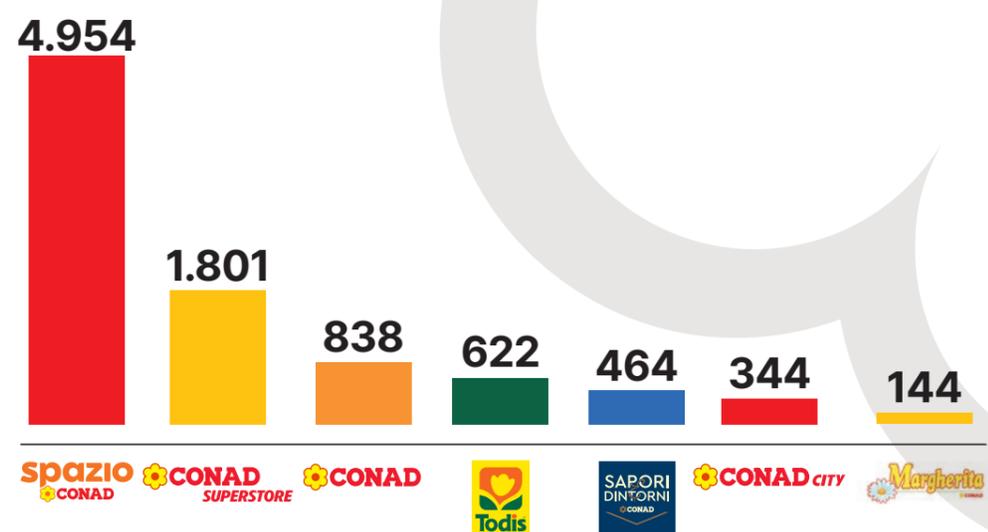
Punti vendita



Assortimento (n. referenze min/max)



Superficie media (mq)



Concept



La strategia multicanale

Punti vendita differenti per funzione, vocazione e dimensioni, accomunati da una missione di sistema che prescinde il solo attributo di format per affermarsi come tratto distintivo unitario e riconoscibile.

IL SISTEMA DELLE INSEGNE

Ciò che rende unica Conad nel panorama della GDO italiana è la scelta di articolare l'offerta in una molteplicità di canali distributivi, per essere presente su tutto il territorio nazionale con diversi format di vendita e presidiare in maniera capillare città grandi e piccole, centri storici e periferie, contesti urbani e rurali. Come recita la campagna di comunicazione sulla multicanalità, "abbiamo tanti Conad per starvi vicino": dalle grandi superfici fino ai piccoli punti vendita di quartiere, con una rete di 3.305 punti vendita e 2.348 Soci, Conad è un punto di riferimento costante per oltre 10,5 milioni

di famiglie italiane. L'obiettivo è 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. Conad nel 2020 ha introdotto un nuovo modello di ipermercato del futuro, "Spazio Conad", in grado di coprire ogni esigenza di spesa con un'offerta completa e di qualità e con nuovi servizi pensati per rispondere ai nuovi bisogni dei clienti. Oltre all'innovazione di prodotto, nei nuovi Spazio Conad vengono offerte nuove esperienze, con spazi per la famiglia e il tempo libero e nuovi servizi orientati al non food, come ad esempio la salute e il benessere della persona e la cura e l'igiene degli animali domestici. Poter contare su una rete multicanale flessibile ed evoluta consente di formulare soluzioni innovative, sempre adeguate ai nuovi stili di vita e alle abitudini di spesa. All'offerta di prodotti tradizionalmente legati alla distribuzione organizzata, sono stati affiancati negli anni carburanti, farmaci, ottica, caffetteria e ristorazione e prodotti per il pet care, assegnando sempre priorità all'italianità e all'origine delle materie prime. Costante è, inoltre, l'attenzione al tessuto di piccole e medie imprese locali che producono eccellenze e rappresentano l'ossatura dell'economia del Paese, con cui l'insegna da sempre intrattiene un rapporto privilegiato.

	ATTRAZIONE	PROSSIMITÀ		
Insegna				
Missione	Pdv di destinazione per la spesa settimanale, carrelli ampi. Offerta conveniente e completa di prodotti e servizi sempre in linea con gli stili di vita e di consumo emergenti, in un luogo accogliente, attuale e funzionale.	Negozio di prossimità di medie - piccole dimensioni. La spesa di ogni giorno con il miglior rapporto qualità/prezzo, in grado di soddisfare anche le nuove esigenze alimentari, in un luogo che preserva il calore del supermercato di quartiere.		
Offerta	Assortimento ampio, profondo e completo capace di soddisfare i bisogni dei clienti a 360° fornendo soluzioni per la spesa (prodotti + servizi) ed esperienze che incrementano il tempo in punto vendita.	Ampio assortimento alimentare in linea con i bisogni quotidiani. Freschissimi e freschi fidelizzanti.		

La marca del distributore Conad

Il marchio del distributore sta sempre più diventando un punto di riferimento per i clienti: lo riconoscono, si fidano, tendono a comprarne i prodotti in maniera continuativa.

Il marchio del distributore ha ampliato la propria quota di mercato in 14 dei 19 Paesi europei analizzati dall'Annuario internazionale del Marchio del Distributore 2020 curato da Plma e Nielsen. Secondo tale studio in Italia l'incremento è stato di oltre il 2%, il più alto mai registrato finora, arrivando al 22,3% in volume e al 19,1% in valore.



In questo scenario, i prodotti a marchio Conad continuano a crescere, con una quota nel Largo consumo confezionato (Lcc) al 30,9%, quindi oltre dieci punti percentuali al di sopra della media Italia (fonte: IRI). Il fatturato 2020 si attesta a 4,5 miliardi di euro (+17% rispetto al 2019). In Conad, la MDD occupa la prima o seconda posizione nel 76% delle categorie. Conad negli anni ha, infatti, costruito un grande progetto sui prodotti a marchio, che l'ha portata nelle case di oltre 10 milioni di famiglie, contribuendo a far diventare l'insegna leader di mercato. Risultati raggiunti grazie a 5 capisaldi che guidano le strategie di sviluppo dei prodotti a marchio Conad: convenienza data da un rapporto tra qualità e prezzo che non teme confronti sul mercato; attenzione alla salute e al benessere del cliente; impegno verso la sostenibilità ambientale; valorizzazione del servizio; infine la cultura del sapore, attraverso il consolidamento dell'offerta premium.



MDD Conad

Le linee, i prodotti, il fatturato la % del fatturato MDD

Marca	Numero prodotti	Fatturato (milioni di euro)	% fatturato MDD
Totale MDD Conad	5.056	4.567	100,0%
Conad	3.776	3.830	83,9%
Verso Natura	296	188	4,1%
Sapori&Dintorni	405	489	10,7%
Altre Marche*	579	60	1,3%

*Piacersi, Alimentum, Essentiae, Conad Baby, Integratori Parafarmacia Conad, Sapori&Idee, 11 Paralleli, I Cavalieri, etichette Vini.

Tutti i brand

Conad propone un'ampia varietà di marchi per rispondere a tutte le esigenze e i gusti dei clienti. La MDD Conad oggi conta ormai 5.056 referenze, amate e apprezzate in tutto il Paese.



CONAD

È il best seller brand, punta a soddisfare le esigenze della clientela su un ampio ventaglio di prodotti di uso quotidiano: con 3.776 referenze, dal latte al tonno, dalla pasta ai tovaglioli di carta, rappresenta oggi l'83,9% del volume di affari della MDD Conad. È riconoscibile per il marchio margherita di colore rosso, l'emblema dell'insegna, elemento che rimanda ai sapori, alla freschezza e alla qualità dei prodotti Conad.



SAPORI&DINTORNI CONAD

Con le sue 405 eccellenze alimentari di 19 regioni italiane, è il marchio ambasciatore delle produzioni tipiche regionali, realizzate da produttori di qualità e di grande tradizione, fornitori locali con i quali Conad ha stretto un rapporto di partnership, che si fonda sul sostegno sociale ed economico volto alla tutela della cultura alimentare. Nel 2020 la linea ha sviluppato 489 milioni di euro di fatturato, pari al 10,7% del giro di affari MDD Conad. Un terzo dei prodotti è a denominazione di origine, di cui DOP e IGP.



SAPORI&IDEE CONAD

Ultima nata in casa Conad a novembre 2020, la linea combina materie prime di alta qualità e ingredienti gourmet che si affiancano a proposte innovative e accostamenti inediti, con un'offerta che, a due mesi dal lancio, annovera 71 prodotti enogastronomici di eccellenza, destinati ad aumentare nel 2021 a 200 referenze complessive.



VERSO NATURA CONAD

Marca lanciata nel 2016 e pensata per i clienti più sensibili alle tematiche della sostenibilità ambientale, grazie ad un'offerta di prodotti che rispetta la natura. In totale, conta 296 referenze che nel corso dell'anno 2020 hanno generato un fatturato pari a 188 milioni di euro, il 4,1% del totale MDD Conad.



CONAD ESSENTIAE

Una linea di prodotti dedicata alle persone che amano prendersi cura di sé e del proprio corpo in modo naturale, grazie alla natura essenziale degli ingredienti. Ogni ricetta combina gli estratti naturali delle piante in una formulazione unica e ideale per un trattamento efficace e completo. Tutti i prodotti della linea sono, infatti, formulati con estratti di origine vegetale, senza parabeni e, a seconda delle formule, senza siliconi e senza coloranti.



CONAD BABY

Una linea completa di prodotti dedicata alla cura e all'alimentazione dei bambini fin dai primi giorni di vita. La marca garantisce alle mamme la sicurezza e la bontà dei prodotti per la crescita dei figli, con un assortimento di referenze rivolto a bambini 0-6 anni.



CONAD PIACERSI

Un assortimento variegato che garantisce alle persone attente all'alimentazione un perfetto equilibrio tra vitalità e benessere, senza rinunciare al gusto. Comprende una gamma di prodotti leggeri, funzionali e naturalmente benefici, ideati per un'alimentazione sana, varia ed equilibrata.



CONAD ALIMENTUM

Marchio pensato per chi ha esigenze nutrizionali specifiche, per chi è intollerante al lattosio o al glutine. Un'offerta mirata e specializzata che aiuta le persone con le intolleranze a non rinunciare al gusto, in piena sicurezza.



PARAFARMACIA CONAD

Un'ampia gamma parafarmaceutica, accessibile e conveniente, studiata per proteggere la salute e migliorare il benessere psicofisico delle persone. Ogni prodotto è pensato per rispondere ad una specifica esigenza di benessere: la linea di integratori, composizioni con un'elevata concentrazione di principi funzionali, rappresenta una risposta ai principali bisogni: dal bilanciamento vitaminico, all'equilibrio gastrointestinale, dal potenziamento del tono e dell'energia, al sonno e rilassamento.



La sostenibilità in Conad



Da sempre attiva sui temi della sostenibilità, Conad ha lanciato "Sosteniamo il Futuro", un grande progetto di sostenibilità ambientale, sociale ed economica, espressione di un impegno concreto che caratterizza l'insegna da tempo.

Per Conad, infatti, esiste un solo modo di fare business: farlo in maniera sostenibile, con azioni concrete basate sulla partecipazione e sull'inclusività, alimentando la crescita e il benessere delle Comunità in cui opera ogni giorno. La bussola è costituita dall'Agenda ONU 2030, che fissa per quell'anno 17 obiettivi ambiziosi per una società più giusta e inclusiva. Questi ultimi includono questioni importanti per lo sviluppo che prendono in considerazione in maniera equilibrata le tre dimensioni dello sviluppo sostenibile – economica, sociale ed ambientale – e mirano a porre fine alla povertà, a lottare contro l'ineguaglianza e ad affrontare

i cambiamenti climatici e le relative ricadute sull'ambiente e sulle nostre vite. "Per Conad essere leader di mercato significa assumersi responsabilità sempre maggiori, che vanno oltre la semplice crescita del fatturato. Quando diciamo che "la Comunità è più grande", è perché siamo consapevoli di dover dare il nostro contributo concreto allo sviluppo del Paese, dai grandi centri urbani ai piccoli Comuni, guardando al futuro con determinazione, impegno e positività", queste le parole dell'Amministratore delegato Francesco Pugliese. "Il nostro compito è costruire sostenibilità economica nei territori in cui operiamo, senza mai dimenticare che siamo una filiera di persone al servizio di Comunità in un settore che ha il dovere e la responsabilità di rivedere le proprie logiche produttive e distributive facendo la propria parte nella lotta ai cambiamenti climatici". La strategia di sostenibilità di Conad si basa su tre pilastri fondamentali, che rappresentano le dimensioni dell'agire quotidiano dell'insegna: Ambiente e Risorse, Persone e Comunità, Imprese e Territorio. Da anni Conad pubblica il bilancio di sostenibilità che coinvolge Consorzio e Cooperative, per misurare e valutare l'impatto ambientale del proprio operato. Nelle prossime pagine si anticipano alcuni temi, che possono essere approfonditi all'interno del Bilancio di Sostenibilità.



Sosteniamo il futuro

Ambiente e risorse



Logistica



- TRASPORTO FRANCO FABBRICA
- AZIONI DI COMPENSAZIONE DELLE EMISSIONI
- MONITORAGGIO TRASPORTO PRODOTTI MDD



Punti vendita



- MONITORAGGIO DEI CONSUMI ELETTRICI
- SHOPPER E MATERIALI DI CONSUMO
- VOLANTINI
- SERVIZI PER LA COLLETTIVITÀ
- CONTRASTO SPRECO ALIMENTARE
- FIDELIZZAZIONE



Prodotti MDD



- PACKAGING
- BENESSERE ANIMALE E SENZA ANTIBIOTICO
- CONAD PERCORSO QUALITÀ
- FORNITORI

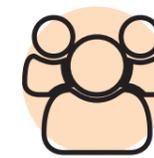
Persone e Comunità



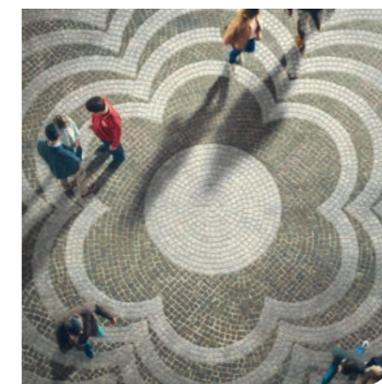
Persone



- 2.348 SOCI IMPRENDITORI
- OLTRE 65.000 COLLABORATORI
- FORMAZIONE



Comunità



- BASSI&FISSI
- PER LA SCUOLA
- PER LA SOLIDARIETÀ
- INIZIATIVE DEDICATE ALL'EMERGENZA COVID



Imprese e Territorio



- VALORIZZAZIONE DELLE ECCELLENZE DEL TERRITORIO
- SUPPORTO AI FORNITORI LOCALI
- CAPILLARITÀ

La relazione con il cliente

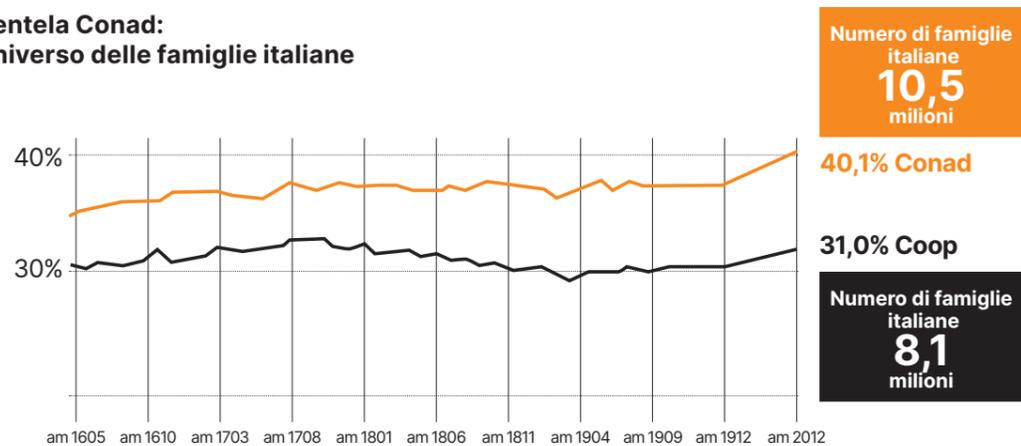
Nel corso degli anni Conad ha ampliato la propria presenza sul territorio, raggiunto e poi consolidato la leadership nel mercato nazionale, evoluto la propria offerta per soddisfare i desideri della clientela.

Molte cose sono cambiate dall'atto costitutivo di Conad nel 1962, ma sono rimaste immutate le fondamenta, i principi e i valori che guidano il sistema Conad da sempre. L'impegno sul territorio, la relazione con le Comunità, il rispetto e la centralità della persona, rappresentano elementi distintivi dell'insegna che ne guidano la crescita e il futuro. Sin dalla sua fondazione, Conad ha puntato a

creare un legame strettissimo con il territorio e le persone. Lo scaffale è, infatti, solo il punto di arrivo di un pensiero più ampio e concreto che si esprime in una reale vicinanza e sostegno alla Comunità, puntando a costruire valore sociale attraverso diverse leve. In primo luogo, attraverso la valorizzazione e il sostegno dei fornitori locali, contribuendo così alla crescita del benessere collettivo, oltre che attraverso l'impegno in una serie di iniziative che coinvolgono quanti si trovano in condizioni di bisogno o difficoltà, anche con il contributo del mondo dell'associazionismo e della pubblica amministrazione. Un quadro in cui gioca un ruolo di primo piano anche il forte contributo in termini di occupazione. Il sistema Conad è arrivato infatti a contare nel 2020 oltre 65 mila addetti su tutto il territorio nazionale (contro i 57.499 del 2019). La brand essence di Conad, alimentare le forze positive della Comunità, è espressione di un impegno concreto che caratterizza l'insegna da sempre, oltre le mura dei propri punti vendita, grazie al lavoro quotidiano di Soci e collaboratori su tutto il territorio italiano.



Evoluzione della clientela Conad: penetrazione sull'universo delle famiglie italiane



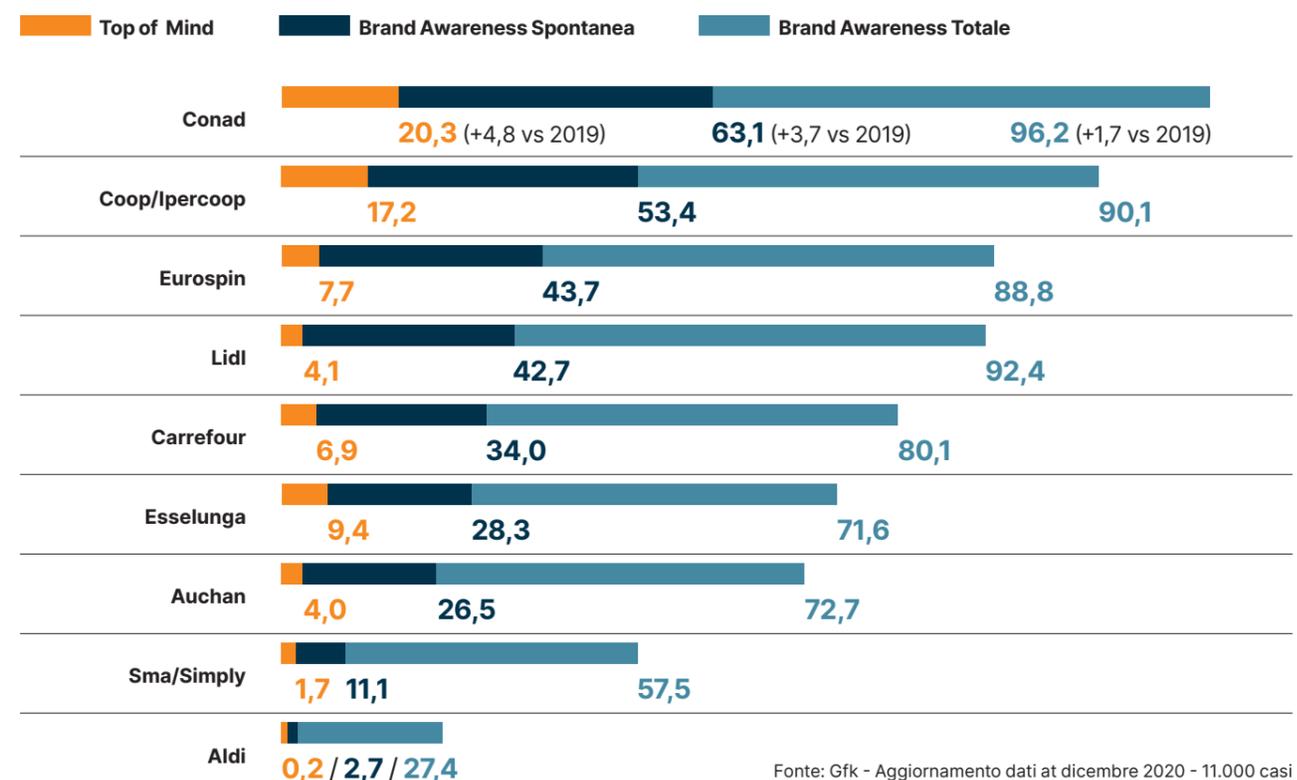
La leadership di Conad nella notorietà totale

Le risorse e le energie che Conad dedica alla comunicazione hanno prodotto risultati evidenti anche in termini di notorietà. Nel corso dell'anno 2020, Conad ha raggiunto la leadership anche nella comunicazione diventando Top of Mind del settore, classificazione che indica il massimo livello di notorietà per un brand, risultando familiare alla quasi totalità degli italiani

- 96,2%, vale a dire 1,7 punti percentuali in più rispetto al 2019 - con un distacco del follower di oltre 6 punti. Una popolarità che si riflette anche nel tasso altissimo di penetrazione del mercato: il parco acquirenti ha raggiunto nel 2020 quota 10,5 milioni di famiglie, vale a dire 2,4 milioni in più rispetto al secondo in classifica (dati GfK).

Conad conquista anche la leadership di Top of Mind del settore

Brand awareness del mercato GDO (Dicembre 2020 - Week 2+51)





Conad
Consorzio Nazionale Dettaglianti
Società cooperativa
via Michelino 59, Bologna – Italia

Codice fiscale e Registro imprese di Bologna
00865960157
Partita Iva 03320960374
R.E.A. di Bologna 195010
Albo delle Società Cooperative
A109846 – Sezione: mutualità prevalente
La Società adotta il codice etico
D.Lgs. 231/2001

www.conad.it
info@conad.it
Tel +39 051 508 111
Fax +39 051 508 414

A cura di
Hill+Knowlton Strategies Italy
Via Bagutta Comunicazione srl

Stampa e confezione
Graphic Service srl

Luglio 2021

