

LA CRESCITA DI CONAD NEGLI ULTIMI 10 ANNI (2012-2021)

Il Consorzio Conad compie quest'anno 60 anni dalla sua fondazione, avvenuta nel 1962, consolidando la propria leadership come prima insegna della Grande Distribuzione in Italia. Si tratta di un traguardo importante, raggiunto grazie a una **grande accelerazione della crescita avvenuta negli ultimi 10 anni**, con un netto miglioramento di tutti gli indicatori economici, conseguito grazie all'impegno quotidiano di Conad, delle Cooperative e dei Soci.

Oggi sono **oltre 11 milioni le famiglie italiane che si recano ogni settimana a fare la spesa nei punti vendita Conad**, premiando un modello che offre qualità, convenienza e un nuovo modo di fare impresa che pone al centro le persone e le Comunità.

Fatturato e patrimonio netto aggregato

Negli ultimi 10 anni **il fatturato è cresciuto da 10,9 miliardi di euro nel 2012 a 17 miliardi nel 2021**, registrando una **crescita del 55,9%**. Un risultato straordinario, tanto più se si pensa che è stato conseguito sotto un'unica insegna.

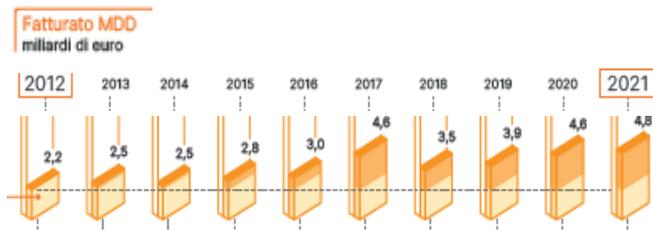


L'incremento del fatturato è stato realizzato grazie a un **progressivo aumento della quota di mercato**, oggi pari al **15,07% del totale Italia** (fonte: GNLC, II semestre 2021) e del **23,47% nel canale dei supermercati** (fonte: GNLC, II semestre 2021).

Un altro indicatore che ha visto una forte crescita dal 2012 ad oggi è **il patrimonio netto aggregato**, a ulteriore conferma della solidità del sistema Conad: questo valore è infatti passato da 1,7 miliardi di euro nel 2012 a **3,1 miliardi nel 2021**, con un **incremento percentuale dell'82,3%**.



Marca del distributore (MDD)

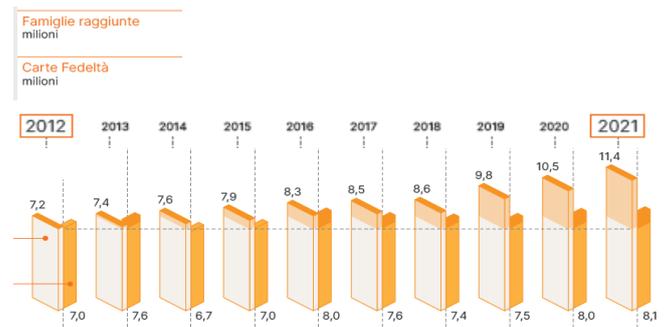


Pilastro strategico dell'insegna, la marca del distributore ha visto un incremento particolarmente consistente negli ultimi 10 anni: **il fatturato della MDD è più che raddoppiato, crescendo da 2,2 a 4,8 miliardi di euro**, con la quota dei prodotti MDD nel canale super che è passato dal 24,7% al **31%**.

Aumenta anche il peso della MDD Conad sul totale MDD Italia nel canale super, passato in 10 anni dal 23 al 35%, contribuendo in maniera decisiva alla progressiva affermazione della private label nel mercato italiano.

Capillarità sul territorio e famiglie raggiunte

I punti vendita della rete Conad sono a fine 2021 **3.332**, a cui si vanno aggiungere 334 concept store. Crescono i Comuni coperti da almeno un punto vendita dell'insegna, **1.616 contro i 1.470 (+9,9%) di dieci anni fa**, con particolare riferimento ai piccoli Comuni sotto i 5mila abitanti, dove sorgono **oltre 500 punti vendita a insegna Conad**.



Infine, anche le famiglie raggiunte dai punti vendita Conad sono aumentate negli ultimi 10 anni, passando da **7,2 milioni a 11,4 milioni, con una crescita del 58,3%**. Allo stesso tempo, sono cresciute anche le carte fedeltà emesse da Conad, pari nel 2021 a **8,1 milioni di unità**.

Notorietà dell'insegna

L'insegna è anche leader nella comunicazione, raggiungendo la Top of Mind del settore con il 20,4%– ovvero, Conad è la prima insegna che viene in mente a un consumatore su cinque quando pensa a una catena della Grande Distribuzione - con una notorietà complessiva pari al 96,8%.

Riferimenti per la stampa:

Hill+Knowlton Strategies per Conad

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

Virginia Giussani – 348 2330429– virginia.giussani@hkstrategies.com

Conad – Consorzio Nazionale Dettaglianti – è la più ampia organizzazione di imprenditori indipendenti del commercio al dettaglio presente in Italia. Dal 2019 è divenuta la prima catena della grande distribuzione organizzata con oltre 3.300 punti vendita e 72.000 addetti.