

A&F Focus Osserva Italia

06901 **Il bilancio** 06901

Conad leader della Gdo fatturato più 8,5 per cento

MARCO FROJO

Tra le spinte decisive il piano di investimenti 2022/24 da 2 miliardi di euro il direttore generale Avanzini: anche la sostenibilità pilastro del business

Con un fatturato stimato di 18,45 miliardi di euro (più 8,5% rispetto al 2021), Conad si conferma il primo operatore della Gdo italiana. In un 2022 complicato - il ritorno alla normalità post-Covid ha portato le persone a mangiare con maggiore frequenza fuori casa e il balzo dell'inflazione ha colpito il potere di acquisto delle famiglie - tutti gli indicatori del gruppo guidato da Francesco Pugliese sono positivi: le vendite a parità di rete sono aumentate del 4,4%, i concept store sono cresciuti dell'8,7% e le grandi superfici del 4,7%, la quota di mercato nazionale, infine, si è consolidata al 15,03% (e sale al 23,56% nel solo canale Super).

«Nel 2022 abbiamo raggiunto i livelli di crescita che ci aspettavamo su tutti i principali indicatori economici - afferma Francesco Avanzini, direttore generale di Conad - Questo è stato possibile grazie ai nostri pilastri strategici di sviluppo: canalizzazione, sviluppo della digitalizzazione, crescita e ampliamento dei nostri prodotti a marchio, focus sulla sostenibilità». Conad ha confermato la sua leadership nei canali Super e Libero servizio, che rappresentano il 51 per cento del mercato, e supera la doppia cifra anche la quota nel canale Iper. Al raggiungimento di questi obiettivi ha dato un importante contributo il piano di investimenti da 2,08 miliardi di euro nel triennio 2022-2024.

Sul fronte della digitalizzazione il 2022 ha visto il debutto di Hey Conad, l'ecosistema digitale integrato di prodotti, servizi, esperienze e soluzioni. Sviluppato in un'ottica di omnicanalità, Hey Conad andrà oltre la spesa online e vedrà la sua completa implementazione di servizi al cliente nel 2023.

Per quel che riguarda invece la canalizzazione Conad, che conta oggi oltre 3.900 punti vendita su tutto il territorio nazionale, prosegue la strategia di progressiva segmentazione delle attività per format/cliente: «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, precisa Avanzini - Ed è proprio perseguendo questa strategia che Conad ha visto crescere i concept store, ovvero parafarmacie, negozi di ottica, distributori di carburanti, e pet store».

Un altro importante contributo alla crescita nel 2022 è arrivato anche dai prodotti a marchio Conad (Mdd), la cui offerta in questo contesto inflattivo sta evolvendo sempre di più verso la convenienza, mantenendo comunque come caposaldo l'innovazione di prodotto. La Mdd Conad ha conquistato il 32,4 per cento di quota sul totale del largo consumo confezionato a livello Italia (canale Super) e una quota del 30,8 per cento del canale Iper+Super con un fatturato pari a 5,4 miliardi, in crescita del 12,6 per cento a valore rispetto al 2021.

«In un anno così complicato, noi di Conad ci siamo posti come baluardo, impegnandoci da una parte a difendere il potere d'acquisto e il valore della spesa degli italiani, assorbendo parte dei rincari dei listini e dell'aumento dei costi di gestione e confermando ancora una volta Bassi e Fissi, un paniere di prodotti indispensabili con una qualità che non teme confronti sul mercato - prose-

gue il direttore generale di Conad - Dall'altra abbiamo tutelato le filiere, garantendo la giusta remunerazione agli anelli della catena, dando al made in Italy il giusto valore».

Il 2022 è stato infine di grande importanza per le iniziative che Conad ha lanciato nel campo della sostenibilità e che sono state coronate dalla presentazione, nel mese di settembre, della Fondazione Conad Ets, un ente non profit costituito per valorizzare l'impegno di cooperative e soci sul territorio. I primi progetti di sostegno nazionale hanno visto la luce negli ultimi mesi dell'anno con l'avvio della collaborazione con Unisona Live Cinema, grazie alla quale la Fondazione Conad Ets consentirà agli studenti delle scuole medie e superiori di tutta Italia di accedere gratuitamente a un programma di formazione su temi di grande interesse per i giovani, e il supporto alla Onlus Viva Vittoria a sostegno dei centri che si battono contro la violenza di genere.

«La sostenibilità rimane per noi uno dei pilastri fondamentali su cui basiamo il nostro modo di fare business con investimenti focalizzati soprattutto sull'efficienza della logistica, sul packaging sostenibile e sul sostegno delle comunità in cui operiamo», conclude Avanzini.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Superficie 37 %

4,4% **15,03**
06901

LE VENDITE

Nonostante un 2022 complicato le vendite Conad sono cresciute del 4,4%

QUOTA MERCATO

La quota Conad di mercato nazionale si è consolidata al 15,03%

Il personaggio



Francesco Avanzini
direttore generale
Conad