

## SPECIALE MARCA

Le aziende

# Mdd Conad, un asset strategico

## «Supporto a filiere e famiglie»

Crescita raggiunta grazie alla partnership con oltre 700 fornitori. Il direttore generale Francesco Avanzini «Questi prodotti rappresentano un punto di riferimento nella spesa di oltre 11,5 milioni di famiglie»

## SCHIAFFO ALL'INFLAZIONE

**'Bassi e Fissi',  
offre un paniere  
di centinaia  
di prodotti  
indispensabili  
per la vita quotidiana**

## LE CIFRE

**Nel 2022 fatturato  
pari a 5,4 miliardi  
in crescita del +12,6%  
rispetto all'anno  
precedente**

## PRECEDENZA ALL'ITALIA

**La linea premium  
Sapori&Dintorni  
raccolge  
427 eccellenze  
da venti regioni**

**I prodotti** Mdd Conad rappresentano un asset strategico attraverso cui l'insegna esprime al meglio la propria volontà di offrire prodotti in grado di rispondere alle diverse abitudini ed esigenze delle persone. Un vero e proprio fattore competitivo il cui sviluppo è guidato da cinque capisaldi strategici: convenienza, data da un rapporto tra qualità e prezzo che non teme confronti sul mercato, attenzione alla salute e al benessere del cliente, impegno per la sostenibilità, valorizzazione del servizio e consolidamento dell'offerta premium. Caratteristiche distintive che hanno consentito di chiudere il 2022 con risultati eccellenti: la MDD Conad ha conquistato il 32,4% di

quota sul totale del largo consumo confezionato a livello Italia (canale super), con un fatturato pari a 5,4 miliardi di euro, in crescita del +12,6% a valore rispetto al 2021.

Una crescita raggiunta grazie alla partnership con oltre 700 fornitori, con cui l'insegna collabora per la produzione dei prodotti a marchio e con cui condivide una visione e un insieme di principi e di valori. «La marca del distributore rappresenta un asset strategico nell'economia del Paese, supportando lo sviluppo della filiera agroalimentare e sostenendo le imprese e le famiglie. Lo è a maggior ragione per la nostra insegna, dove i prodotti Mdd Conad rappresentano un punto di riferimento nella spesa di oltre 11,5 milioni di famiglie, contribuendo in maniera decisiva al consolidamento della nostra leadership nel mondo della Gdo», ha commentato Francesco Avanzini, direttore generale di Conad.

**La Mdd Conad** assume in questo contesto un ruolo primario rappresentando la concretizzazione di un impegno verso la sostenibilità ambientale, sociale ed economica racchiuso all'interno della cornice di «Sosteniamo il futuro», cioè l'espressione di azioni concrete dell'insegna - attuate anche sui prodotti a marchio - che valorizza le tre dimensioni del suo agire sostenibile: Ambiente e Risorse, Persone e Comunità, Imprese e Territorio. A livello ambientale, il

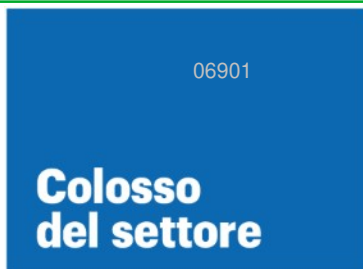
73% delle referenze Mdd Conad presenta un packaging sostenibile, riciclabile o che utilizza materiale proveniente da riciclo e con un'ottimizzazione delle dimensioni e della grammatura degli imballaggi.

**A ciò** si aggiunge il nuovo posizionamento di marca di Verso Natura, che vuole abbracciare i bisogni emergenti di consumo dei clienti in questo ambito. A livello sociale, la Mdd Conad è diventata negli anni un punto di riferimento a sostegno del potere di acquisto delle famiglie italiane grazie anche all'iniziativa «Bassi e Fissi», che dal 2013 offre un paniere di centinaia di prodotti indispensabili per la vita quotidiana, offerti a prezzi bassi e fissi con una qualità che non teme confronti sul mercato. Infine, a livello economico, Conad si impegna a promuovere quanto di meglio viene prodotto in Italia unendo la valorizzazione dei prodotti dell'eccellenza del territorio al sostegno delle realtà produttive. Il 95% delle referenze Mdd Conad è prodotto in Italia, mentre la linea premium Sapori&Dintorni raccoglie 427 eccellenze provenienti da 20 Regioni italiane, di cui oltre la metà sono prodotti tipici regionali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Superficie 98 %



### 1 Pionieri

La Mdd Conad ha conquistato il 32,4% di quota sul totale del largo consumo confezionato a livello Italia. «La marca del distributore rappresenta un asset strategico nell'economia del Paese, supportando lo sviluppo della filiera agroalimentare»

### 2 Sostenibilità

A livello ambientale, il 73% delle referenze Mdd Conad presenta un packaging sostenibile, riciclabile o che utilizza materiale proveniente da riciclo e con un'ottimizzazione delle dimensioni e della grammatura degli imballaggi

### 3 Concretezza

«Sosteniamo il futuro» è l'espressione di azioni concrete dell'insegna - attuate anche sui prodotti a marchio - che valorizza le tre dimensioni del suo agire sostenibile: ambiente e risorse, persone e comunità, imprese e territorio

## Materie prime e ingredienti gourmet Prodotti anche per i palati più fini

La varietà delle proposte tra i punti di forza del gigante dell'alimentare

Con il 32,4% di quota sul totale del largo consumo confezionato a livello Italia (canale super) e un fatturato pari a 5,4 miliardi di euro, in crescita del +12,6% a valore rispetto al 2021, la marca del distributore Conad nel 2022 si è confermata un punto di riferimento nella spesa di oltre 11,5 milioni di famiglie. L'insegna propone un'ampia varietà di marchi Mdd per rispondere a tutte le esigenze e i gusti dei clienti contando oltre 5.200 referenze, amate e apprezzate in tutto il Paese. Tra i marchi più apprezzati: Conad, il best seller brand che punta a soddisfare le esigenze della clientela su un ampio ventaglio di prodotti di uso quotidiano; Sapori&Dintor-



ni Conad, il marchio ambasciatore delle produzioni tipiche regionali, realizzate da produttori

di qualità e di grande tradizione; Sapori&Idee Conad, la linea premium che combina materie prime di alta qualità e ingredienti gourmet; Verso Natura, la marca pensata per i clienti più sensibili alle tematiche della sostenibilità ambientale e al benessere. L'impegno per lo sviluppo della Mdd Conad è racchiuso all'interno della cornice di «Sosteniamo il futuro», cioè l'espressione di azioni concrete dell'insegna -attuate anche sui prodotti a marchio- che valorizza le 3 dimensioni del suo agire sostenibile: Ambiente e Risorse, Persone e Comunità, Imprese e Territorio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Francesco Avanzini, direttore generale di Conad