

SOSTENIBILITÀ

06901 06901  
**Nel piatto di Conad  
gli investimenti  
per sedi più «green»**

Servizio a pagina 12

Gli investimenti parte del progetto "Sosteniamo il futuro"  
per valorizzare ambiente, risorse, persone e comunità

di **Vittorio Bellagamba**

# Il piatto di Conad: due miliardi per e-commerce e sedi più green

L'AD FRANCESCO PUGLIESE

**«Rivedere le logiche produttive e distributive è un dovere e una priorità per la grande distribuzione che deve opporsi ai cambiamenti climatici»**

**CONAD È IL GRANDE** player italiano della grande distribuzione organizzata e da sempre riesce a coniugare lo sviluppo con la sostenibilità. Proprio la sostenibilità, quindi, costituisce sempre più un elemento caratterizzante della strategia di Conad, come ci ha spiegato l'amministratore delegato Francesco Pugliese (in foto).

**Come vivete il ruolo di principali attori della grande distribuzione in Italia?**

«Essere un player rilevante per l'economia del Paese impone un grande senso di responsabilità, che per noi di Conad si traduce in azioni concrete per rendere sempre più sostenibile ed efficiente il nostro sistema, a beneficio dell'ambiente, delle persone e delle imprese. Dall'ottimizzazione della logistica a quella dei consumi di punti vendita, magazzini e sedi, fino al packaging dei prodotti a marchio, l'obiettivo resta quello di accompagnare clienti, fornitori e collaboratori verso un futuro più sostenibile per il nostro pianeta. Da questo approccio nasce nel 2021 "Sosteniamo il futuro", la strategia di sostenibilità che unisce e valorizza le tre dimensioni dell'agire sostenibile dell'insegna: Ambiente e Risorse, Persone e Comunità, Imprese e Territorio».

**Quali sono le prospettive di sviluppo dell'azienda nei prossimi anni?**

«Buona parte del nostro piano di investimenti

triennale 2022-2024, per 2,08 miliardi di euro, è orientato verso un maggiore efficientamento e ammodernamento dei punti vendita. Ciò significa punti vendita più sostenibili e meno impattanti dal punto di vista ambientale, e più efficienti dal punto di vista energetico, anche grazie ad un'azione di monitoraggio dei consumi elettrici in grado di contrastare gli sprechi. Inoltre, prevediamo investimenti a supporto della digitalizzazione delle attività delle aziende e della sostenibilità, oltre che all'implementazione della piattaforma digitale "Hey Conad" per la gestione dell'e-commerce e per lo sviluppo di un'ampia gamma di servizi per l'alimentazione, la persona, la famiglia e la casa».

**Innovazione che passa anche attraverso i prodotti con il vostro brand?**

«A ciò si aggiunge un costante lavoro sulla crescita e sull'innovazione della nostra offerta di prodotti a marchio (Mdd): ad esempio, nelle ultime settimane abbiamo presentato il nuovo posizionamento di marca di Verso Natura Conad, il brand che meglio esprime l'impegno dell'insegna verso la sostenibilità ambientale, dando risposte ai nuovi trend emergenti con un'offerta di prodotti sempre più rispettosa della natura».



Superficie 89 %

### **Come si coniuga lo sviluppo dell'azienda con la sostenibilità?**

«Per Conad esiste solo un modo di fare business: farlo in modo sostenibile attraverso un insieme di azioni concrete basate sulla partecipazione e sull'inclusività. Riteniamo che ciascuno debba fare la propria parte – soci, clienti, produttori, dipendenti, consorzi, collaboratori, cooperative, tutti – sotto la guida sicura della prima Gdo italiana, una regia forte in grado di mettere a sistema l'impegno della grande filiera delle relazioni, facendo educazione, aiutando le persone a fare scelte d'acquisto sostenibili e semplificando le complessità, e agendo su tre diversi livelli: quello ambientale, quello sociale e quello economico. Per quanto riguarda la sostenibilità ambientale, operiamo 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».

### **Come coinvolgete i vostri clienti?**

«Noi di Conad stiamo lavorando in questo senso, adottando modelli di gestione più sostenibili, studiando con i nostri fornitori soluzioni più efficienti e proponendo ai nostri clienti comportamenti di consumo più responsabili. Sostenibilità per noi significa soprattutto incidere in maniera positiva sulle comunità. Lo facciamo sotto la guida di alcuni valori chiave – cooperazione, reciprocità, vicinanza e tutela dei valori della comunità – attraverso l'attenzione per il risparmio delle famiglie, la qualità dei prodotti e la valorizzazione delle produzioni locali. E ancora, attraverso il sostegno alla scuola, alla diffusione dello sport nei quartieri, alla promozione della cultura e il supporto alle persone più fragili. Infine, per noi di Conad essere sostenibili significa tutelare il nostro patrimonio agroalimentare e le imprese che operano nel settore. Nell'offerta della nostra marca commerciale, sono al 95% italiani i prodotti della filiera del latte e suoi derivati, del pomodoro e degli altri vegetali in scatola e dell'ortofrutta. Valorizzare le filiere agroalimentari italiane rappresenta un supporto concreto per il Paese, volto a sostenere le produzioni e le imprese del territorio con un percorso costruito insieme ai nostri fornitori, creando valore insieme».

### **Quali sono gli obiettivi legati alla sostenibilità?**

«La nostra strategia di sostenibilità prevede investimenti in azioni concrete, con un piano di azione di oltre 40 progetti suddivisi in 6 differenti ambiti di lavoro per sostenere i 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile del Pianeta proposti dalle Nazioni Unite e sottoscritti da 193 Stati, tra cui l'Italia. Tra questi progetti, spiccano quelli relativi ai Prodotti a Marchio del Distributore (Mdd), che rimangono per noi un ambito centrale per la possibilità di orientarne le scelte su aspetti chiave come il packaging, la gestione della filiera, certificazioni di prodotto, tracciabilità. I punti vendita, che rappresentano un luogo per stimolare comportamenti sostenibili, risparmio energetico e la gestione efficiente di risorse e materiali. La logistica, applicando politiche di riduzione degli impatti ambientali, maggiore efficientamento e ammodernamento della flotta. Persone e comunità, che rappresenta l'impegno concreto di Conad con iniziative di solidarietà e sussidiarietà, sostegno alle fasce fragili della popolazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

### **CONSORZIO DEI RECORD**

## **Fondato nel 1962 è capofila nella GDO**

Conad – acronimo di Consorzio Nazionale Dettaglianti – è la più ampia organizzazione di imprenditori indipendenti del commercio al dettaglio presente sul territorio italiano. Fondato nel 1962, il Consorzio riunisce 5 Cooperative principali, con più di 2.200 dettaglianti, dando vita a un modello distributivo che non trova eguali nel panorama della GDO. Dal 2019 è divenuta la prima catena della grande distribuzione organizzata, rafforzando ulteriormente la sua leadership assoluta e consolidando la quota detenuta tra i supermercati.

# 8,5

L'azienda ha registrato nel 2022 un fatturato complessivo di 18,45 miliardi di euro (dato preconsuntivo), in crescita del +8,5% sul 2021

**OLTRE 3900  
PUNTI VENDITA  
IN ITALIA**

Conad vanta una quota di mercato complessiva del 15,03% (primo semestre 2022), e una rete di oltre 3.900 punti vendita,

dalle grandi superfici fino ai negozi di quartiere, compresi i concept (parafarmacie, pet store, distributori di carburanti e ottici)

