

Conad Consorzio, i ricavi toccano i 6,5 miliardi con una crescita del 5,7%

Grande distribuzione

Strategica la marca privata che nei supermercati tocca un market share del 33,8%

Un fatturato di 6,5 miliardi, con una crescita del 5,7% sul 2024. È quello di Conad Consorzio Nazionale di cui sono soci i rappresentanti delle cinque cooperative nazionali dei dettaglianti: Conad Nord Ovest, Conad Centro Nord, Cia-Commercianti Indipendenti Associati, Conad Adriatico e Pac 2000A.

«Abbiamo approvato il bilancio di un esercizio che ha visto tutti gli indici economico-finanziari in crescita – ha detto Mauro Lusetti, presidente di Conad –. Un risultato raggiunto anche grazie alla coesione dei soci e dei dirigenti delle cooperative che partecipano ai lavori del nostro Cda e dei diversi direttivi interni. Chiudiamo con soddisfazione un anno in cui Conad Consorzio Nazionale ha svolto un ruolo importante anche nelle relazioni con le istituzioni, i corpi intermedi e le parti sociali».

Il risultato è stato raggiunto grazie al successo dell'offerta dei prodotti con la Marca del distributore (Mdd) che nei punti vendita dell'insegna hanno raggiunto una quota di mercato nei supermercati del 33,8%, sopra la media del mercato italiano e abbastanza vicino agli valori europei. È anche stata confermata la validità della strategia di specializzazione e omnicanalità dell'insegna che ha sviluppato una serie di punti ven-

ditati mono assortimento. IPetStore Conad, per esempio, hanno chiuso l'anno raggiungendo quota 200 negozi in 17 regioni, mentre l'ecosistema digitale "HeyConad" ha ulteriormente rafforzato la relazione omnicanale con i clienti, grazie a una piattaforma integrata che accompagna ogni giorno le famiglie italiane con servizi di spesa online, ma anche viaggi, salute, assicurazioni e cura degli animali domestici.

«Nel 2025 Conad Consorzio Nazionale ha proseguito nell'opera di sviluppo del fatturato e della quota dell'insegna, presidiando i canali "core" e guidando una accelerazione su quelli specializzati – ha sottolineato Francesco Avanzini, direttore generale di Conad –. Un esempio della forza del nostro modello di specializzazione, che intercetta bisogni specifici a cui rispondiamo con competenza e vicinanza fisica, è quello dei Conad PetStore, che in dieci anni sono cresciuti fino a diventare la terza catena del settore in Italia. Abbiamo poi lavorato all'innovazione della Mdd, diventata anche il nostro baluardo nel perseguimento degli obiettivi Esg; sul consolidamento della supply chain; sullo sviluppo della digitalizzazione e del servizio ai clienti, sull'evoluzione della nostra relazione con i fornitori». Per quanto riguarda la sostenibilità «abbiamo creato le condizioni per consentire al Sistema Conad di proseguire nella sua crescita anche nell'anno in corso e nei prossimi, nonostante le incertezze e le tensioni geopolitiche e il calo del potere d'acquisto dei nostri clienti», conclude il dg di Conad.

—E.N.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

