

# Per il 2025 investimenti fino a 515 milioni «Miglioreremo anche i prodotti a marchio»

Nel 2024 forte crescita dei pet store (+ 17,8%) e buona la performance del format TuDay

Lusetti: «Siamo cresciuti anche nel numero di punti vendita, 34 in più rispetto al 2023»

## L'APPROCCIO

**«Lavoriamo per una sostenibilità concreta, proponendo ai nostri partner di lavorare con noi per ridurre le emissioni di CO2 e per produrre prodotti più salutari»**

**CONAD, IN UN ANNO** di lenta ripresa in un contesto fragile, ha continuato a crescere, come fa da 15 anni. «Confermiamo il piano di investimenti triennale 2023-2025: nel 2024 abbiamo investito 727 milioni di euro, la previsione di investimento per il 2025 è di 515 milioni di euro. In questo triennio investiremo quasi due miliardi di euro per l'ampliamento e il miglioramento della rete, l'innovazione dei formati distributivi e dei prodotti mdd, cioè a marchio Conad, l'introduzione di nuovi servizi per i clienti, la digitalizzazione e l'adesione ai principi di sostenibilità», spiega Mauro Lusetti, Presidente di Conad.

**«Chiuderemo** l'anno con un fatturato complessivo superiore ai 21,1 miliardi di euro. Nel periodo 2015 - 2024 siamo cresciuti del 70%, passando da 12,1 a 21,1 miliardi di euro. La quota di mercato è stabile, al 15%: abbiamo mantenuto la posizione nonostante la crescita di altre tipologie distributive, come il discount. Cresciamo più della media del mercato della GDO e di oltre 3 punti rispetto all'inflazione attesa per quest'anno. Vuol dire che cresciamo anche a volumi. La nostra leadership di insegna è confermata e siamo l'unica insegna presente con un solo marchio in tutte le regioni d'Italia», prosegue Mauro Lusetti. Conad è attualmente leader in 7 regioni, da quest'anno anche in Emilia-Romagna, seconda in 4 e terza in 3 regioni.

**A trainare** la crescita è stato anche il buon andamento dei prodotti a marchio Conad, ma Lusetti

sottolinea anche altre tendenze, ormai consolidate. Fra queste non si può non citare la forte crescita dei pet store (+ 17,8%) e la buona performance del nuovo format di prossimità TuDay Conad (+ 5,8%). «Siamo cresciuti anche nel numero di punti vendita, 34 in più del 2023, che oggi sono 3.953». La continua crescita dei prodotti a marchio è un indubbio successo per Conad. A fine 2024 i prodotti a marchio valgono quasi il 34% del fatturato Conad (6,3 miliardi di euro), il che significa che 4 prodotti su 10 venduti nei punti vendita Conad sono a marca Conad. Mentre in Italia un prodotto a marchio su tre è Conad. Il Consorzio Nazionale Dettaglianti ha anche lanciato il Manifesto per la marca commerciale Conad: «abbiamo deciso di lavorare per una sostenibilità concreta, proponendo ai nostri partner fornitori di lavorare con noi per ridurre le emissioni di anidride carbonica e per produrre alimenti e bevande più salutari».

**Accanto** a questo, poi, sono stati introdotti servizi innovativi, come la carte fedeltà: da 9 a 9,8 milioni in un anno, ma anche la crescita nei sistemi di pagamento (carte di credito Conad): oltre 1 miliardo di valore (+5%). Fra le azioni innovative, con un forte valore di servizio per i consumatori, ci sono lo Sviluppo di HeyConad Viaggi, in partnership con Welcome Travel, il lancio di HeyConad Salute, assieme a BiAnalisi e quello di HeyConad Assicurazioni, in collaborazione con Chubb. Il 2025 si prospetta come un anno difficile con consumi stabili, bassa inflazione e volumi altrettanto deboli. Da qui l'impegno di Conad che vuole «rafforzare ancora di più la nostra marca commerciale al servizio dei consumatori, coniugando qualità e convenienza, migliorando la relazione con i clienti, con una pluralità di servizi e con la qualità delle nostre iniziative di fidelizzazione», conclude Lusetti.

**Le.Ma.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**IL PRIMO  
MARKET  
IN ITALIA**

DS6901

A Bologna, nel 1971, venne inaugurato nel quartiere Fossolo il primo supermercato Conad, di 400 metri quadrati. In quegli anni era l'unico esempio di centro di vicinato in Italia gestito da una società che riuniva sette commercianti

**ESPERIENZA  
D'ACQUISTO  
INNOVATIVA**

DS6901

Anche una insegna della Gdo come Conad punta alla digitalizzazione, proponendo un'esperienza di acquisto completa attraverso l'innovazione tecnologica. Molti anche gli investimenti sull'implementazione dell'intelligenza artificiale.

