

Code ormai di una posizione di assoluto prestigio

Conad: esperienze significative di impegno economico e sociale



La rete distributiva offre garanzie precise La filosofia e la struttura: Margherita, Conad, Pianeta

Conad è un'organizzazione molto articolata di attività commerciali e di marketing con imprese distribuite su tre livelli:

- imprenditori associati (dettaglianti e titolari di esercizi commerciali)
- cooperative (grandi centri di acquisto e distribuzione presenti su tutto il territorio nazionale)
- consorzio nazionale.

Nella struttura Conad ogni impresa ad ogni livello ha una completa autonomia di gestione. Insieme agiscono in modo integrato nei programmi di sviluppo e nelle strategie generali.

Soci imprenditori cooperative e consorzio fanno parte della Associazione Nazionale Cooperative Dettaglianti, l'organismo che coordina le politiche di sistema. La Aned aderisce alla Lega Nazionale delle Cooperative.

Per le iniziative e nel settore della promozione pubblica, la Conad opera tramite la Società Comunicazione Europea. Scrl è presente in 18 regioni meridionali e insulari e promuove lo sviluppo dell'affiliazione.

Le imprese cooperative sono 32. Tra cui le prime 15 costituiscono la struttura portante dell'organizzazione e realizzano il 90% delle vendite. Da loro i punti vendita associati ricevono un rifornimento completo dei prodotti industriali e freschi, servizi specializzati per la ristrutturazione, il rinnovamento e il controllo di gestione.

La filosofia Conad consiste nella maturità delle abitudini e delle esigenze dei consumatori italiani.

Essi chiedono per i loro acquisti periodici o giornali, l'assistenza di una rete distributiva capace di garantire nella piccola media e grande superficie, alcune precise promozioni: ampi assortimenti, qualità e freschezza dei prodotti, come da reperibilità, buoni prezzi, confidabilità. E rimangono affascinati anche al negozio "sotto casa".

Su queste basi Conad ha riorganizzato la rete di vendita in tre canali con tre diversi marchi: **Margherita** per i negozi di prossimità; **Conad** per supermercati e supermercati; **Pianeta** per gli ipermercati.

Il canale Margherita è stato progettato per un servizio di prossimità e per mantenere la migliore tradizione del negozio classico rinnovando ne completamente il layout espositivo e merceologico.

È stato accolto dai consumatori non solo come negozio comodo e vicino a casa, ma anche come punto di acquisto ideale per assortimenti efficienti e qualità del servizio.

A due anni dal lancio il canale Margherita ha oltre 1.300 punti vendita dimostrando che piccolo è ancora bello e redditizio quando è comodo e specializzato.

Con una superficie tra i 70 e i 200 mq, una gestione spesso familiare, assistenza tecnica e commerciale, il canale Margherita si inserisce agevolmente nel tessuto urbano soddisfacendo esigenze di spesa quotidiana e di emergenza con un servizio veloce, prodotti genuini, servizi aggiuntivi e personalizzati come la spesa a domicilio.

Si caratterizza per la prevalenza del settore fresco (salumi, latticini e gastronomia da banco) e di prodotti direttamente per il 65-70% delle vendite. Dispone di specialità gastronomiche, pane e pasta.

Espono quotidianamente prodotti freschi e di mare. L'assortimento comprende surgelati e gastronomia (70 prodotti), alimentari (30 prodotti) per l'assistenza personale.

Il punto vendita di questo canale svolge una funzione commerciale di vicinato, ha un assortimento merceologico completo per la spesa settimanale.

Puo' essere solo il mercato integrato.

La gamma di servizi e degli ingredienti qualitativi è quella caratteristica di Conad: qualità, convenienza, accuratezza, professionalità degli addetti, freschezza dei prodotti.

La freschezza in particolare Conad eccelle, tradizione rintracciata nell'offerta del fresco (55-60% delle vendite in questo settore).

Nei negozi Conad questi prodotti sono esposti nel punto più importante dell'area vendita.

In tutto spazio originale e con un layout espositivo molto gradevole, è ricercata una caratteristica "piatta" dove il consumatore trova la genuinità, la freschezza e la socialità dei tipici mercati di prossimità.

È una politica commerciale di Conad.

È un mondo dove esistono tutti i prodotti per l'autosufficienza.

Inoltre è inserito in centri commerciali o affiancato con parcheggi e forni bar servizi speciali.

	1990	1991	Variazione
GIRO D AFFARI AL DETTAGLIO	8 700	9 740	+ 11,9%
GIRO D AFFARI DEI GRUPPI	3 020	3 410	+ 12,9%
GIRO D AFFARI DEL CONAD	2 091	2 348	+ 12,2%

NUOVE APERTURE	28 885
RISTRUTTURAZIONI TOTALI	12 115
RISTRUTTURAZIONI PARZIALI	21 068
TOTALE INTERVENTI RETE	62 068

CANALE	N.RO PdV	MQ DI SUPERFICIE
MARGHERITA	1 374	141 000
CONAD	1 257	523 478
PIANETA	2	9 600
ALTRI	4 466	281 945
TOTALE	7 099	956 053



Conad story, anno per anno

1962 Il 13 maggio nasce il Consorzio Nazionale Dettaglianti. La sede è a Milano in via Poerio di Canino 33. Vi aderiscono 120 soci suddivisi in 14 gruppi.

1963 Si tiene a Bologna la prima assemblea di bilancio. Vengono messi a punto strutture e rapporti operativi fra i 165 soci e i 16 gruppi.

1964 Approvato il marchio Conad, il colore azzurro che affiancherà il Mercurio simbolo del commercio e la scritta Conad. Compiono i primi prodotti a marchio Conad con i nomi di Antonio, Dante, Sabrina, Dana, Union, Maria.

1965 Viene eletto presidente del consorzio Luciano Chiesa che resterà in carica fino al 1981.

1966 Si vigila la prima contrattazione commerciale. 60 contratti per prodotti suddivisi in 5 linee. I contratti di solidarietà fra i gruppi che subiscono l'alluvione dei magazzini.

1967 Sorgono i primi uffici per la raccolta ordini a Bologna, Firenze e Roma. I soci ridispongono il layout delle vetrine e il modo di presentare le cooperative sul versante amministrativo.

1968 Si imposta una programmazione economica unitaria con un'ampia promozione di nazionalità. In ottobre nascono i primi negozi di prossimità Conad.

1969 Conad si dota di una vera e propria struttura editoriale ed operativa. Si divide il territorio in 12 distretti. Nasce un contratto di distribuzione a tre soci, escludendo il quarto che viene considerato "amico".

1970 Il consorzio può contare su un vero e proprio organico di assicurazione: 57 gruppi assistono i servizi Nasci. I soci visitano i negozi per la prima volta. Nasce il primo progetto di libera servizio.

1971 Sono nati i primi magazzini e punti di distribuzione in tutta Italia.

1972 Primo documento Conad: i soci sono 1.358 e vengono fissati.

1973 Si costituisce il marchio Aned e l'Associazione Nazionale Dettaglianti. Il Dettaglio con il compito di fornire ai dettaglianti strumenti per un dialogo con il mercato, politiche sindacali ed economiche. Conad si trasferisce a Plescenza. Viene appreso il primo successo Conad.

1974 Viene dichiarato un nuovo Statuto per le cooperative aderenti. Un capitolo di storia di un'attività che passa da una famiglia imprenditoriale.

1975 Conad raggiunge la sua massima crescita associativa: 191 i soci. Di questi il consorzio ha 120. Sono nati i primi negozi di prossimità e di mare. Il consorzio è il Mercurio di oggi. Il marchio del Mercurio è il marchio di Conad.

1976 Conad è ammessa a far parte dell'Unione europea e dei gruppi di acquisto alimentare. Movimento di crisi economica e di selezione e fuoriuscita di gruppi.

1977 Continuano le fusioni fra i gruppi amministrativi e di vendita dei negozi. Si chiudono sei punti personalizzati. Nasce il consorzio Izi.

1978 Primo seminario sul marchio Conad. Prima azione di marketing integrativa: produzione distribuzione all'incasso prodotti a marchio marchio leader.

1979 Gli uffici commerciali vengono concentrati a Bologna. Primo piano strategico di marketing e campagne pubblicitarie integrate. Nasce il Contratto (Consorzio ristrutturazione rete). Soci e dipendenti Conad sono ricevuti a Sandro Pertini.

1980 Vengono regolamentati i rapporti soci gruppo e consorzio gruppo. I direttori delle cooperative entrano nel Consiglio d'Amministrazione di Conad.

1981 Il C.A. è eletto il nuovo presidente. Il contratto Izi. Prosegue il rinnovamento del layout. Si dà avvio all'informizzazione globale delle aziende. Brucia il magazzino di Reggio Emilia.

1983 Si tenta l'uscita politica del canale e si progetta un capitolo per la pubblicità. Nasce il Unico e il Conad Invis.

1984 Debutto un anno d'oro per i risultati di bilancio e per la ricchezza dei servizi offerti alle cooperative.

1985 Si ripresenta l'anno del maggiore incremento delle vendite (13,3%) e delle strutture moderne (39) per complessivi 33.000 mq. Inizia il divendito. Si comincia ad affrontare il discorso dei centri commerciali. Nasce il Conad per gli amici.

1986 Ristrutturazione del settore commerciale e marketing. Unico opera anche in Sicilia e Campania.

1987 Importanti fusioni fra grossi cooperative (Modena e Bologna, Parma e Reggio). Inizia il compimento spot Conad con Totò Riisso. Strategico delle società alleate.

1988 Lancio di 48 negozi insieme rivisti mensilmente per il consumatore. Il consorzio si divide in due poli: Conad e Unicom.

1989 I uffici di marketing distributivi sono tre: Margherita (per i dettaglianti), Conad (per i supermercati) e Pianeta (ipermercati).

1990 Lancio di Conad Unico, marchio di riferimento del consorzio. Inaugurazione di un mercato a Roma e Modena.

1991 Politica vincente sul prodotto: un marchio Unicom ed un'operazione di marketing cooperativo. Adottato il Conad 3+3 con 7000 punti di vendita su 910.023 mq. la superficie.

Trent'anni di attività nel mondo della distribuzione testimoniano il ruolo da protagonista che Conad ha interpretato nello sviluppo economico e sociale del nostro Paese.

Le attività intraprese per festeggiare il 30° compleanno di Conad dimostrano quanto sia importante per questa struttura rafforzare i legami con il proprio pubblico anche attraverso una presenza attiva in ambito sociale.

Insieme al RTM (Reggio Terzo Mondo) un'organizzazione di volontari che si occupa di educazione sanitaria nei paesi del Terzo mondo, Conad ha intrapreso il progetto di ristrutturazione dell'Ospedale di Ampasimanjeva in Madagascar consentendo di salvaguardare un patrimonio sanitario che rappresenta un vero presidio in una vasta e desolata regione che non possiede valide alternative.

Un'altra iniziativa vede Conad scendere in campo a fianco del Wwf per collaborare alla salvaguardia di zone naturali protette e da proteggere ancora con grandi sforzi.

In questo sistema di imprese divenuto in trent'anni di attività molto evoluto lavorano circa 40.000 persone attente ai cambiamenti della società del mercato dei consumi e del gusto della gente.

Grazie a loro Conad è in grado di raggiungere ogni giorno più di 2 milioni di consumatori in tutta Italia con prodotti di alta qualità con rapidità e con la caratteristica cortesia Conad.

Sono ingredienti che spingono la posizione di assoluto prestigio conquistata da Conad nel panorama della piccola media e grande distribuzione alimentare ed extra alimentare. Conad è una grande struttura di ritorno a un'azienda. Con una quota del 5,1% delle vendite alimentari in Italia è una delle maggiori centrali della distribuzione nazionale. Complessivamente è presente nella rete distributiva con oltre il 13% dei supermercati e con il 7% dei negozi a libero servizio con superficie fino a 400

Margarine interamente vegetali

Prodotti esclusivamente per il Gruppo coop

dalla **IZIGOR S.p.A. ORZINUOVI**
Il più moderno stabilimento del Sud Europa per la produzione di margarine.

I vini migliori sulle vostre tavole

BUTTAFUOCO BONARDA
Vino ottenuto con le migliori uve rosse della zona di Canneto Pavese, Stradella, Broni, colore rosso rubino, amaro leggermente pastoso.
Grado alcolico 12-12,5

PINOT OLTREPO' PAVESE DOC
Vino ottenuto con le migliori uve rosse della zona di Canneto Pavese, Stradella, Broni, colore rosso rubino, amaro leggermente pastoso.
Grado alcolico 12-12,5

RIESLING
Vino ottenuto dalla mescolanza di Riesling Italo e Renano, colore paglierino, profumo spiccato decisamente secco.
Grado alcolico 12-12,5

Aderente al

Cantina Cooperativa Canneto Pavese
CANNETO PAVESE (PV)
Telefono 0385 / 60078