

Gdo e inclusione: Conad sostiene l'Associazione Donne Del Retail

Chiara Bertoletti 24 Luglio 2024



Conad Consorzio Nazionale intende così contribuire alla promozione di una cultura del retail di qualità dal punto di vista sociale

Conad Consorzio Nazionale è la prima insegna che ha deciso di affiancare con una sponsorizzazione l'**Associazione Donne Del Retail**, realtà no profit nata nel 2023, su impulso di sette donne al vertice del settore, con l'intento di promuovere all'interno dello stesso una cultura di pari opportunità, solidarietà, lotta alle discriminazioni e attenzione per i diritti di tutte e di tutti. Quella di Conad è pertanto una scelta che, come specifica l'azienda stessa in una nota, intende contribuire alla promozione di una cultura del retail di qualità dal punto di vista sociale, in linea con gli obiettivi dell'Associazione stessa.



*“Si tratta di una collaborazione che, a mio avviso, potrà generare valore per la nostra azienda e per l'intero comparto – ha dichiarato **Mauro Lusetti, presidente Conad** – Abbiamo deciso di unirci alla Associazione Donne Del Retail nella convinzione che sia importante portare il nostro settore ad avere una maggiore consapevolezza del valore del contributo che ogni persona può far arrivare nei processi di innovazione e miglioramento che tutte le aziende stanno vivendo. Gli ideali e i principi dell'Associazione, infine, sono coerenti con i valori e i principi del mondo Conad e siamo anche per questo felici di aver dato un sostegno a questa giovane organizzazione”.*

*“Ringrazio Conad per aver aderito all'Associazione Donne del Retail. Mi piace sottolineare che è la prima insegna a farlo e mi auguro che questa scelta venga condivisa e attuata anche da altri brand della grande distribuzione – commenta la **presidente dell'Associazione Eleonora Graffione** – Sono certa che in un momento storico, politico ed economico come*

quello stiamo vivendo, vada perseguita la strada della collaborazione fattiva, della condivisione di intenti e della presa di coscienza che ogni risorsa può avere competenze e know-how significativi da mettere in campo. Nessun escluso"

Chiara Bertoletti

Comunicazione, marketing e trend, tra nuovi linguaggi sociali e social. Millennial. Credo in un futuro di umanizzazione

