

## Historia

La familia Condal inicia su actividad comercial en una parada de mercado en 1961. En 1980, se inaugura el primer supermercado y en 1992 inicia su andadura la actual enseña Condis.

## Sede social

Polígon Industrial Pla d'en Coll, Carrer del Mig, 72-80, 08110 Montcada i Reixac, Barcelona

## Mercado

Cataluña y Andorra

## Estrategia de diferenciación: Modelo de proximidad

Condis Supermercats aúna la tradición con la modernidad, manteniendo su esencia en cuanto a proximidad, servicio y apuesta por los productos de calidad, locales y frescos. Condis apuesta por un modelo donde las tiendas propias conviven con las franquicias de proximidad. Apuestan por la proximidad en dos sentidos: en el comercial, y en el emocional.



### Precio y promoción

Estrategia de precios "High-Low", precios de mercado complementados con ofertas.



### Surtido

Amplitud de surtido con clara apuesta por la marca fabricante. Su marca propia dispone de más de 1.000 referencias y está presente en casi todas las categorías.

Son socios de la central de compras **Euromadi**



### Frescos

El producto fresco tiene un papel clave en la reinención de la proximidad que lleva a cabo Condis. Los frescos son sus secciones más diferenciadoras, habiendo estado presente desde sus orígenes en las paradas de mercado.

## Facturación 2024

**807**

Millones de euros

**+1%**

Vs. 2023

## Facturación de M€ 2019 - 2024



## Cuotas sobre superficie comercial de las enseñas en Cataluña (%)

**10,1%**

2024  
Fuente: Alimarket

## Enseñas y negocios

**711**

establecimientos

En número de tiendas, la franquicia representa un 75%.

## Complementariedad y Diversificación

- Condis: supermercado de proximidad y de barrio
- Condislife Tu Súper: El Gran Súper-Mercado
- Condis Express: autoservicios de conveniencia
- Condis Shop: minimarkets en gasolineras.

## Vías de crecimiento

La integración de los supermercados Roges es una de sus prioridades, presencia en la zona centro de Catalunya.

## Hoja de ruta 2025

Con una apuesta por la consolidación de su red y un crecimiento sostenible. El modelo de franquicia es clave en Condis. En facturación, el 50% proviene de tiendas propias y el otro 50% de franquicias.