



MD, il marchio della buona spesa

Il rapporto qualità prezzo dei suoi articoli food e non food è uno dei punti di forza che ha reso oggi MD una delle insegne di primo piano nel panorama della distribuzione moderna in Italia. Sono più di 800 i punti vendita presenti su tutto il territorio nazionale di questa insegna nata come discount, ma che oggi è definibile come "discount evoluto" che mantiene la dimensione "a misura delle persone", caratterizzata dalla massima attenzione a garantire agli italiani una spesa di qualità, al prezzo giusto e attenta alle nuove esigenze sociali e di costume, ma che parallelamente sviluppa innovazione e offerta di servizi all'interno di un'esperienza d'acquisto appagante e, naturalmente, sostenibile sotto ogni profilo.

La scelta di considerare come priorità i bisogni e le necessità più attuali e stringenti delle famiglie italiane deriva dalla storia stessa di MD S.p.A. che, a 29 anni dalla sua nascita, continua a essere fortemente caratterizzata dal suo fondatore, Patrizio Podini, e dalla sua storia familiare.

Nato a Bolzano nel 1939 da una famiglia di origini lodigiane che in Alto Adige gestiva un'attività all'ingrosso di formaggi e alimentari, a metà degli anni Settanta acquista una catena di supermercati a Bolzano, sperimentando, tra i primi in Italia, il format del discount, creato e diffuso con successo in Germania già dopo il secondo conflitto mondiale. Una formula ancora sconosciuta in Italia che cominciava allora a diffondersi nel Nord del Paese. All'epoca, però, il discount organizzato con principi industriali e corrette economie di scala al Sud non esisteva.

Nel 1994 Podini rileva i primi negozi da mettere in rete e "inventa" il discount nel Meridione, fondando quella che allora si chiamava Lillo S.p.A. e lanciando il marchio insegna MD Discount.

Nel giro di qualche anno, la rete di negozi con l'insegna MD Discount, concentrata nelle regioni del Centro-Sud, subisce un deciso incremento. La ricetta dell'epoca è esplicitamente minimalista, creata intorno a due componenti basiche: assortimento limitato e prodotti "private label". Così facendo, MD Discount riesce a destinare praticamente tutte le risorse alla politica del prezzo contenuto, per essere in grado di offrire prodotti di qualità a prezzi costantemente più bassi rispetto a quelli praticati dalla concorrenza.

Nel frattempo il mercato, come è normale che sia, subisce mutamenti fisiologici, e MD ne anticipa spesso i passaggi significativi, confermando costantemente la sua capacità di evolvere per interpretare le nuove esigenze ed abitudini di consumo degli italiani. Si realizzano giganteschi passi avanti nel miglioramento dell'efficienza e dell'esperienza d'acquisto attraverso alcuni capisaldi:





- l'ampliamento della gamma dei prodotti, perlopiù a marchio privato, ma che includono alcune referenze di marca,
- l'apertura al fresco che diventa il "biglietto da visita" dei nuovi punti vendita,
- servizi da banco eccellenti, con un'offerta ampia e curatissima,
- l'efficientamento della logistica, organizzata intorno a una rete di sette centri distributivi che coprono capillarmente tutto il territorio nazionale, movimentando milioni di colli ogni anno,
- la messa a punto di nuovi format accoglienti e funzionali con superfici che superano ampiamente i 1.000 mq di vendita.

Nel 1997, Podini diventa amministratore unico e la sua famiglia prende il controllo totale dell'insegna. E da allora la crescita è stata continua fino ad arrivare agli 800 punti vendita attuali, moderni e luminosi nei loro 1000 m2 medi di superficie, agli 8000 dipendenti di età media 30-35 anni, e alle circa 3000 referenze offerte che rappresentano prodotti e specialità dei territori in cui nascono i punti vendita fino ad arrivare a una linea come Lettere dall'Italia che raduna le migliori DOP e IGP italiane.

Nel 2013 si situa un passaggio decisivo: l'acquisizione dei 320 negozi della catena LD market del gruppo Lombardini, tutti collocati al Nord e in Sardegna. Con quest'acquisizione, un investimento da 150 milioni di euro, il Gruppo di Podini diventa uno dei leader nazionali della distribuzione organizzata a formula discount, il secondo player italiano, con una quota di mercato del 15%.

Nel 2016 ad affiancarlo in qualità di vicepresidenti entrano in azienda i figli Maria Luisa e Marco Podini e nel 2021 fanno il loro ingresso nel Consiglio d'amministrazione anche due nipoti. E la storia continua.

Oggi ad augurare "Buona spesa, Italia" affiancando il Cav. Patrizio Podini anche in simpatici spot tv, una solare Antonella Clerici che dal 2017 è la convinta testimonial di un modo di fare la spesa che non rinuncia a bontà e qualità, ma non indulge a spese inutili o a sprechi.

MD S.p.A. - Le tappe

1994: nasce la Lillo S.p.A. con marchio MD Discount.

1995: inizia l'attività del centro di distribuzione di Gricignano di Aversa (Caserta), con 55 mila mq coperti.

2000: il Gruppo si espande in Puglia.





2009: diviene operativo il centro di distribuzione a Dittiano (Enna), con 20 mila mq coperti.

2011: il Gruppo si espande nel Lazio acquisendo 16 negozi del Gruppo Bse.

2013: il terzo centro di distribuzione sorge a Bitonto (Bari), con 34 mila mq coperti. MD Discount diventa un player nazionale rilevando i 320 punti vendita LD market e i 3 centri distributivi a Trezzo, a Mantova e Macomer.

2015: LD market viene fusa nella Lillo S.p.A.
Si inaugura a Gricignano di Aversa (Caserta) il nuovo polo logistico dedicato al no-food.

2016: Lillo S.p.A. conferisce il ramo GDO in MD S.p.A.
Assumono la carica di Vice Presidenti Maria Luisa e Marco Podini, figli del Cavaliere.

2017: si inaugura il nuovo polo logistico di Macomer in Sardegna.

2018: acquisizione del terreno, ex acciaierie di Cortenuova, per realizzare il più grande polo logistico italiano del canale discount

2019: è l'anno di tre importanti ricorrenze. Il 28 gennaio, con una grande festa, MD celebra i suoi 25 anni di vita e gli 80 anni del Cav. Podini che riceve per l'occasione la medaglia della città di Napoli. Il 16 di settembre un grande evento al Teatro San Carlo celebra un altro compleanno importante: i 100 anni della Famiglia Podini nel commercio.

2020: l'anno della pandemia vede MD impegnata nel garantire la sicurezza di dipendenti e clienti, assicurare rifornimenti continui a tutti i punti vendita, garantendo promozioni e prezzi stabili, mentre si aprono 42 nuovi punti vendita (diretti e affiliati). L'insegna della buona spesa chiude il 2020 con un fatturato netto di 2,816 miliardi di euro registrando un incremento del +15% rispetto all'anno precedente che, con un fatturato di 2,75 miliardi di vendite nette aveva già registrato un +10% rispetto al 2018. Risultati conseguiti nonostante una politica di prezzi che non solo non sono aumentati durante i mesi emergenziali, ma addirittura sono diminuiti dello 0,5% (dato Nielsen Gennaio – Maggio 2020).

2021: le nuove aperture, le ristrutturazioni dei punti vendita più datati, i lavori per completare il polo distributivo di Cortenuova, si accompagnano alla forte accelerazione sui temi della sostenibilità con i progetti racchiusi sotto il cappello de "La Buona spesa non solo a parole". Vengono inaugurati nel 2021 circa 40 nuovi punti vendita, con superfici da 1.500/2.000 mq, che portano a oltre 800 il numero complessivo dei negozi in tutta Italia e la forza lavoro dell'organizzazione a oltre 8.000 dipendenti. Infine, l'anno si chiude con un'importante evoluzione nel format dei punti vendita MD e fa il suo esordio "La Via del Fresco" con l'apertura in contemporanea il 20 dicembre di due punti vendita: Robecchetto con Induno (Milano) e Caserta.



2022: l'anno si apre all'insegna delle ottime performance del gruppo, certificate dall'Osservatorio sulla GDO italiana e internazionale realizzato dall'Area Studi di Mediobanca. MD risulta campione di crescita delle vendite tra il 2016 e il 2020 con un +10,7% medio annuo, vendite che nel 2021 crescono del 14,5%. Inoltre, MD risulta essere in termini di redditività del capitale investito (ROI) la migliore in Italia (22,7%), collocandosi anche al secondo posto al mondo appena dopo la statunitense Publix S. Markets (22,9%).

Il **28 aprile** si inaugura ufficialmente il polo logistico di Cortenuova, settimo Ce.Di. in dotazione del Gruppo, struttura strategica per lo sviluppo dell'insegna. Esteso su una superficie netta di 182mila mq – di cui 112.000 mq coperti destinati alla movimentazione delle merci - è il più grande in Italia nel canale discount. Risultato di un investimento di circa 100 milioni di euro, garantisce già oggi l'approvvigionamento di 250 store del Nord-Ovest e Lombardia e sarà in grado di gestire, a regime, poco meno di un terzo del totale di tutte le consegne annue di MD.

Il **17 novembre** la XXV edizione del Premio EY L'Imprenditore dell'Anno®, vede premiati per la categoria consumer & retail il Cav. Patrizio Podini, la figlia Maria Luisa, vicepresidente e A.D. e il figlio Marco, vicepresidente.

Il **15 dicembre** si inaugurano gli ultimi negozi MD dell'anno. In totale ammontano a 50 i nuovi punti vendita aperti o ristrutturati nel 2022 che hanno richiesto l'assunzione di oltre 1600 nuovi addetti, portando a 8500 i dipendenti.

2023: il **18 aprile presentati i risultati 2022**. MD ha chiuso l'anno con un incremento dei ricavi dell'11% superando i 3,4 miliardi di euro di fatturato nonostante un contesto sfidante, caratterizzato dal contemporaneo verificarsi di fattori di crisi come la crescita dell'inflazione, le difficoltà di approvvigionamento dei generi alimentari, gli aumenti dei costi delle materie prime e i rincari energetici. Cresciuto anche il patrimonio netto a 513 milioni di euro (+10,40% rispetto al 2021) mentre l'EBITDA Margin normalizzato, si attesta a 202,17 milioni di euro (6,07%) e l'utile netto tocca i 72,4 milioni di euro (2,7%).

La sostenibilità

Negli ultimi anni **la sostenibilità** ambientale, sociale, economica è diventata centrale per MD che ha destinato a questo tema importanti investimenti e iniziative.

Già **da maggio 2018 MD** ha introdotto nella sua flotta degli **innovativi automezzi** in cui non solo il gruppo motore è alimentato esclusivamente **a metano LNG (liquido)**, ma **anche il gruppo refrigerante della cella destinata alle merci funziona attraverso l'energia elettrica prodotta dallo stesso motore.**





È il primo step di un progetto destinato nei prossimi anni ad avere il maggiore numero possibile di mezzi green nel parco vettori, nell'ottica di una politica ambientale sempre più innovativa e consapevole.

Nel 2019, in occasione dei 25 anni dell'insegna, sono stati **adottati 23.850 pioppi** necessari a neutralizzare le emissioni annue di 25 camion.

Nel 2021 l'asticella del traguardo si è fatta più ambiziosa, arrivando **a neutralizzare le emissioni di 450 camion con l'adozione di 428.010 alberi**.

L'obiettivo del progetto che si chiama **"Riparti dal verde"** è arrivare nel più breve tempo possibile ad assorbire la CO2 emessa in un anno dall'intera flotta di mezzi MD.

Gli alberi adottati si distribuiscono lungo la Penisola, concentrandosi in tre aree: tra **Mantova e Rovigo**, a **Troina (EN)**, a **Bussi sul Tirino (PE)**. Proprio grazie all'intervento MD queste due ultime località - Bussi sul Tirino e Troina - hanno potuto ottenere la certificazione PEFC, riconoscimento ufficiale della gestione sostenibile delle foreste, e classificarsi **come le prime aree certificate delle due regioni Sicilia e Abruzzo**.

Il sostegno di MD non si limiterà esclusivamente alla tutela di queste zone ma anche al supporto dell'attività antincendio.

Co-protagonisti del progetto, i clienti MD che rendono possibile l'adozione degli alberi attraverso le loro scelte quotidiane di spesa con **l'iniziativa "La buona spesa non solo a parole" che incentiva l'acquisto di prodotti biologici e compostabili**.

Inoltre, già da diversi anni, gli impianti elettrici dei punti vendita e delle sedi adottano **led di nuova tecnologia e basso consumo** in grado di attivarsi solo al passaggio degli addetti. Tra gli altri interventi di efficientamento energetico i punti vendita sono dotati di un sistema di misurazione e controllo dei consumi e della temperatura che consente una migliore gestione dei carichi.

Massima l'attenzione alla transizione green anche nella realizzazione del grande polo logistico di Cortenuova (BG). Il polo logistico sorge su un'area dismessa precedentemente occupata da un'acciaiera e il terreno è stato oggetto di un'opera di bonifica senza utilizzare suolo agricolo. Tra le altre innovazioni, l'implementazione di un sistema di recupero dei cartoni e delle cassette per l'ortofrutta dai punti vendita, per ottimizzarne il riutilizzo, l'interscambio pallet alla pari, la riduzione delle emissioni di CO2 con i camion LNG e l'utilizzo di carrelli con batterie al litio a ricarica rapida che eliminano emissioni da piombo, mentre è prevista l'installazione di un sistema fotovoltaico sul tetto.

Sostenibilità è anche **attenzione al sociale**, a partire dal rispetto per il cibo e l'attenzione per le categorie più svantaggiate.



Con l'iniziativa **#zerosprechi** in tutti i punti vendita MD i prodotti prossimi alla scadenza ma ancora perfettamente idonei al consumo vengono proposti in vendita a prezzi particolarmente vantaggiosi. Prodotti che corrono il rischio di non essere comprati per semplice diffidenza, finendo così per aumentare inutilmente lo spreco alimentare.

#zerosprechi vuole proprio dare un contributo concreto a questa lotta alla dispersione di cibo ancora ottimo e allo stesso tempo agevolare le fasce più deboli della popolazione offrendo acquisti a un prezzo decisamente conveniente.

Per maggiori informazioni:

<https://www.mdspa.it/la-buona-spesa-non-solo-a-parole-territorio-scheda/26-Riparti-dal-verde>

Gricignano di Aversa, 18 aprile 2023

**Ufficio stampa Lead Communication T. 02 860616
Anita Lissona - anita.lissona@leadcom.it 335 498993**

MD SpA

Zona ASI - Capannone 18 - 81030 - Gricignano di Aversa (CE) - Tel: 081 8156111 • Fax: 0818156201 - www.mdspa.it - info@mdspa.it
Cod. Fisc. e Reg. Imprese Caserta n. 03185210618 del 03/11/2005 - Part.IVA 03185210618 - Cap. Soc. Euro 150.000.000,00 i.v.