

A GRUMELLO IL NUOVO FORMAT MD S.p.A. CAMBIA LE REGOLE DELLA GDO

*Il punto vendita che si apre in provincia di Bergamo
sarà il primo di 44 store italiani realizzati su progetto del Gruppo
per creare un'innovativa esperienza d'acquisto*

Grumello del Monte (BG), 25 maggio 2016 - "Sarà un modo totalmente diverso di concepire il punto vendita. Con questo store inauguriamo un format estremamente innovativo, dove tutto è pensato per rendere l'esperienza di acquisto semplice e piacevole. Qui l'ottimo rapporto tra qualità, prezzo e la spiccata propensione verso il fresco, che da sempre caratterizzano la nostra marca, saranno resi ancora più funzionali attraverso le caratteristiche di un progetto sviluppato completamente dal nostro Gruppo e destinato a diventare un punto di riferimento per la spesa quotidiana di tutti".

Così **Patrizio Podini**, presidente e fondatore di MD S.p.A., sintetizza le caratteristiche del nuovo punto vendita del Gruppo che si inaugura oggi a **Grumello del Monte**: una rivoluzione, e non solo nella tipologia di offerta che ha fatto di MD S.p.A. un marchio leader nella GDO. L'apertura dello store a pochi chilometri da Bergamo rappresenta il primo passo per un concept destinato a essere applicato su altri 43 punti vendita del Gruppo realizzati nei prossimi 3 anni in tutta Italia. Store progettati e costruiti **su terreni di proprietà MD** da un'apposita divisione del Gruppo: la **MD Immobiliare S.p.A** per cui il Gruppo ha ricevuto un importante sostegno finanziario da parte di un pool di banche guidate da **UniCredit** (*Mandated Lead Arranger, Bookrunner* e Banca Agente dell'operazione) con un deal da **100 milioni di euro**.

Il nuovo concept-store MD: luminoso, fresco, funzionale

Il nuovo concept-store di MD è anche e soprattutto nuovo nell'immagine: è un nuovo modo di concepire il punto vendita che va oltre il format discount. Nei **1.000 metri quadri** destinati alla vendita (su **1.500** di superficie totale) la **luce**, **l'organizzazione degli spazi**, la **linearità** e la **sequenza merceologica** introducono una nuova realtà nell'esperienza di acquisto rendendola ancora più **funzionale**. L'assortimento è in linea con questa impostazione con un'offerta estremamente ampia che va dal prodotto alimentare alle ultime novità del non food.



In tutto il punto vendita si percepisce lo spazio complessivo del layout e il posizionamento dei reparti, con **cartelli merceologici** che orientano il consumatore durante la spesa, lo facilitano e al tempo stesso trasmettono il valore, la freschezza e i colori distintivi di un'insegna che punta sulla qualità e la convenienza del prodotto.

Già dall'esterno si può percepire questa filosofia. Il nuovo store si presenta in maniera distintiva e fortemente identitaria. Due insegne nell'angolo dell'immobile, orientate verso la strada principale e un totem in alluminio per marcare la presenza sul territorio. Una forte verticalizzazione a cui si contrappone lo sviluppo orizzontale del fronte dogato in alluminio e i profili blu, della pensilina e della vetrata, nella quale campeggia il payoff **Buona Spesa, Italia!**

Le ampie vetrate che rivestono il fronte principale danno subito la percezione della grande luminosità e permettono di cogliere la vastità dello store. Lo sguardo spazia da un versante all'altro su corsie simmetriche e perfettamente illuminate da **impianti LED** di ultima generazione e a basso impatto ambientale.

Il **fresco** è senza dubbio il carattere distintivo dell'insegna e il tratto identitario: anche per questo il punto vendita si apre sul **reparto ortofrutta**, il biglietto da visita di MD, uno "shop in shop" di 100 mq che regala una completa immersione nella freschezza dei prodotti e 5 metri lineari di banco refrigerato per i prodotti confezionati. Si prosegue con 25 metri lineari di banco frigo per i prodotti freschi e confezionati (salumi, formaggi latticini etc.) per terminare con qualcosa di unico nel panorama del discount: il **laboratorio del pane** in doratura, al quale si affiancano i reparti **gastronomia** e **macelleria** assistiti, dove poter trovare il meglio della tradizione italiana. Per completare il servizio, MD a Grumello propone anche un corner per la vendita di **pesce fresco** confezionato, a testimonianza del fatto che l'insegna vuole essere il player N.1 nel servizio e nella vendita del fresco assistito e confezionato.

Anche il "**non food**" è un settore strategico per MD: in controtendenza rispetto al mercato, l'insegna MD registra in questo reparto incrementi annuali a 2 cifre e ha sviluppato, prima nel suo segmento, un **portale per la vendita online**. Nelle 28 "bancarelle" del nuovo punto vendita sono esposte, ad esempio, tipologie di elettrodomestici che abitualmente si trovano solo dagli specialisti di settore e tecnologia innovativa con un prezzo competitivo.

Il territorio bergamasco nel cuore di MD

La scelta di Grumello del Monte per un evento che segna un momento fondamentale per MD S.p.A. non è casuale: la zona è fortemente radicata nella storia e nell'attività del Gruppo che **nel 2013 ha acquisito il marchio LD**, nato proprio a Dalmine. Nella provincia di Bergamo ha sede infatti **uno dei poli logistici più importanti** (ce ne sono 6 in tutta Italia) del Gruppo e gli uffici della seconda sede dirigenziale di MD, oltre a 44 punti vendita su un totale Italia di oltre 725. Il Gruppo dà lavoro a centinaia di dipendenti della zona a cui presto si aggiungeranno i **16 dipendenti** di Grumello.

Scheda tecnica riassuntiva

- 12 dipendenti MD + 4 dipendenti partner macelleria e gastronomia
- 5 banchi cassa
- 1.075 mq di vendita
- 1.539 mq di superficie totale
- 5.000 mq di lotto
- 104 posti auto
- 28 "bancarelle" non food
- 6 corsie di vendita
- 100 mq di reparto ortofrutta con banco refrigerato di 5 metri lineari
- Multiservice da 25 metri lineari
- Corner ittico
- Reparto pane con cottura direttamente in punto vendita: offerta di pane, focacce, brioches e self service con banco vendita di 7 metri lineari e atelier di lavorazione e cottura
- Gastronomia con banco di 5,10 metri lineari, 2 vaschette promozionali e atelier di lavorazione
- Macelleria con banco vendita di 6,20 metri lineari, banco murale refrigerato da 3,75 metri lineari, 2 vaschette promozionali e atelier di lavorazione
- Reparto surgelati
- Consegne dei prodotti freschi dal deposito di Trezzo sull'Adda

MD S.p.A.

Cod. Fisc. e Reg. Imprese Caserta n. 03185210618 del 03/11/2005
Part.IVA 03185210618 - Cap. Soc. Euro 150.000.000,00 i.v.



Chi è MD S.p.A.

MD S.p.A – già Lillo Group S.p.A - è uno dei più importanti player della grande distribuzione italiana, ormai lontana dai canoni del discount ma sempre più marchio della buona spesa. Attraverso le insegne MD e LD nel 2015 ha realizzato 2,2 miliardi di Euro di Fatturato.

La storia della Società s'identifica con quella del suo fondatore, Patrizio Podini, nato a Bolzano, attivo nel mercato della GDO fin dagli anni '60. Nel 1994 decide di investire nelle regioni del Sud Italia fondando MD Discount che fa crescere fino allo "sbarco" sul territorio nazionale con l'acquisto nel 2013 della catena LD Market diffusa al Nord e di proprietà del Gruppo Lombardini. Nasce così uno scenario nazionale che oggi vanta oltre 725 punti vendita, più di 5.300 dipendenti ed è in grado di movimentare centinaia di milioni di colli all'anno attraverso 6 depositi di cui quello di Gricignano di Aversa (CE) è il principale, con i suoi 64.000 mq di superficie. Un gioiello logistico tecnologicamente avanzato costruito all'insegna della sostenibilità grazie a un impianto fotovoltaico di 9.720 pannelli solari, che forniscono una potenza superiore al fabbisogno dell'intero polo logistico, e l'utilizzo d'impianti a luci led anche temporizzati.

Ufficio stampa | Lead Communication | T. 02 860616
Anita Lissona | anita.lissona@leadcom.it | 335 498993
Barbara Caselli | barbara.caselli@leadcom.it |

MD S.p.A.

Zona ASI - Capannone 18 - 81030 - Gricignano di Aversa (CE)
Tel: 081 8156111 • Fax: 0818156201 - www.mdspa.it - info@mdspa.it