



## MD presenta Lettere dall'Italia® il suo primo marchio insegna

**Bologna, 22 gennaio 2019.** Sono le lettere dall'Italia che ciascuno di noi vorrebbe ricevere, perché parlano del nostro buon cibo e dei sapori della tradizione regionale italiana. Non si troveranno però nella cassetta postale, ma in tutti i punti vendita MD a partire da Aprile 2019. **Lettere dall'Italia®** è infatti il nome della nuova linea destinata a esprimere nei contenuti e nella forma tutto il valore dei prodotti che rendono grande il nostro Made in Italy, ma anche una novità significativa nel mondo della distribuzione.

E' la prima volta che una insegna nata come discount crea una linea a proprio marchio con caratteristiche premium: una selezione del meglio della gastronomia italiana, regione per regione. Un'etichetta che ospiterà DOP, DOC E IGP, ma anche prodotti che per tradizione e storia sono tipicamente italiani e "fatti bene". Tutti garantiti da MD attraverso il controllo dell'intera filiera. Tanto che il Gruppo ha deciso di firmare personalmente Lettere dall'Italia® apponendo il proprio marchio Front Pack e creando quindi la sua prima vera linea a marchio insegna o MDD.

L'operazione apre anche il programma di celebrazioni per i 25 anni dell'insegna fondata dal Cavalier Patrizio Podini e che nel 2018 è arrivata ad esprimere un incremento del 7,7% sul fatturato rispetto all'anno precedente su circa 750 punti vendita in tutta Italia. Una partecipazione significativa anche per dimostrare, una volta di più, che le differenze di format tra canale moderno e discount oggi si sono assottigliate.

L'idea alla base di **Lettere dall'Italia®** trasmette un importante valore aggiunto: uno storytelling ben evidente sul pack che mette l'accento su quegli elementi che rendono ancora più speciale la tavola degli italiani. Di ogni prodotto si racconta la storia e il legame con il territorio di provenienza presentato anche con bellissime immagini; si spiega, anche attraverso curiosità e aneddoti, come la cultura e il lavoro abbiano trasformato le materie prime in una eccellenza.

Storie che MD conosce bene proprio per la sua capillare presenza in ogni regione italiana e per l'attenzione che si traduce nella oculata ricerca di fornitori e di prodotti buoni e di elevata qualità su ogni territorio.

*"Lettere dall'Italia consacra e oggettiva la filosofia di MD – spiega il Cavalier Podini, Presidente del gruppo MD – riassume in sé valori come qualità, sicurezza e italianità che hanno decretato il successo del nostro marchio in questi primi 25 anni rivolgendosi a un consumare consapevole del valore che rappresenta il Made in Italy per noi. Di sicuro possiamo dire che questa linea sarà distintiva per definire il profilo dell'insegna MD del futuro".*



La linea verrà lanciata ad Aprile 2019 con i primi 25/30 prodotti sugli scaffali di tutti i punti vendita che, secondo il piano di espansione del gruppo, saranno già prevedibilmente 800. Da maggio a dicembre 2019 la linea crescerà fino a rappresentare tutte le categorie merceologiche e tutti i territori regionali italiani. Avrà una doppia esposizione sui punti vendita, sia in aree dedicate a forte impatto visivo sia all'interno delle categorie di riferimento. La comunicazione in store spiegherà ed evidenzierà la linea e i prodotti; verranno inoltre realizzati volantini dedicati, pubbliredazionali, campagna advertising. Sul versante digital, MD sperimenterà proprio su questa linea le attività più innovative, proponendo su diversi canali social momenti di interazione e approfondimento per generare una grande condivisione di storie, valori ed emozioni che da sempre questi prodotti sanno evocare.

Il posizionamento di prezzo è in linea con la qualità. Ma la logica commerciale di MD, fatta di efficienza dei processi logistici e di gestione permetterà anche su questa linea di essere estremamente competitivi con le linee analoghe dei canali Iper e Super e di offrire come sempre La Buona Spesa al miglior prezzo

### **Chi è MD S.p.A.**

MD S.p.A è il secondo player italiano del settore discount che con il marchio MD, detiene circa 750 punti vendita in tutta Italia, serviti da 8 centri logistici per la distribuzione. L'azienda, fondata 25 anni fa dal Cav. Patrizio Podini che tuttora la presiede, detiene una quota di mercato del 15%, occupa oltre 6500 dipendenti e ha chiuso il 2018 con un incremento pari al 7,7% sul fatturato dell'anno precedente.

### **Ufficio stampa**

**Lead Communication srl - Anita Lissona - [anita.lissona@leadcom.it](mailto:anita.lissona@leadcom.it) - T. 02 860616 335 498993**