

## IMPRESE

# MD, le ragioni di un successo

Intervista a Patrizio Podini, patron di un impero economico che Mediobanca cita per l'eccezionale crescita economica annua di Paolo Chiariello

**PIÙ DI OTTOMILA DIPENDENTI DIRETTI.**

06901  
06901  
Più di ottocento supermercati in tutte le regioni d'Italia. Poli logistici e centri di distribuzione in aree strategiche del Belpaese. Acquisizioni e rilancio produttivo di altre aziende. Diversificazione dei business. La storia di Patrizio Podini, patron di MD, colosso della grande distribuzione organizzata, non è una storia qualunque. Quest'uomo, all'anagrafe 84 anni - sembra un giovane per passione ed entusiasmo per la vita - è un misto di intelligenza creativa e riflessiva e ha uno straordinario istinto per gli affari. In quasi 30 anni ha creato col lavoro e nel silenzio un impero economico

Il Cavaliere  
Patrizio Podini,  
fondatore  
e presidente  
di MD



che Mediobanca cita nell'edizione dell'osservatorio del 2022, come gruppo che macina il maggior tasso di crescita annuo, pari al 15%, in un settore, quello del discount, che aumenta tra il 4 e il 5%.

MD è tra i principali operatori internazionali, una vera eccellenza italiana. Nella classifica mondiale di redditività industriale, guidata dal gruppo americano Publix con il 22,9%, MD è secondo con il 22,7%. Il Cavalier Patrizio Podini, l'abbiamo incontrato nei suoi uffici a Gricignano di Aversa. Ambienti luminosi ed essenziali. Siamo in piena Campania Felix, terra fertile. Nel sito produttivo di MD ci sono capannoni a perdita d'occhio, quasi tutti ricoperti di pannelli solari. L'allarme per i costi dell'energia e temi come sostenibilità e innovazione sono pane quotidiano per il management di questo gruppo.

"In MD parliamo di energia solare da almeno 15 anni. Per noi - ci spiega Podini, mentre ci fa accomodare in un salone per riunioni - non sprecare, innovare, automatizzare i processi logistici e distributivi è una necessità che coltiviamo da sempre, è nel nostro Dna".

**Un imprenditore nato a Bolzano che realizza i suoi sogni a Napoli, risale al Nord e conquista l'intero mercato della grande distribuzione. Un pazzo, un visionario o come si definirebbe?**

Un italiano che lavora sodo. Avevo un'azienda a Bolzano insieme ai miei fratelli. Commercializzavamo prodotti freschi e prodotti coloniali. Il mercato era in crisi e non si poteva vivere solo con quel settore merceologico. Ho ceduto l'azienda di Bolzano, che aveva diversi supermercati e cash and carry, e siccome avevo una partecipazione in un'azienda campana, ho scommesso al Sud sull'esperienza dei discount che avevo già sperimentato in parte a Bolzano.

**Cominciare a Napoli non deve essere stato facile.**

Quando sono arrivato in questa città meravigliosa ho avuto grossi problemi anche a livello finanziario. Portai in banca il mio budget e spiegai le mie idee. Dissi che pensavo di aprire cento negozi nell'arco di 5 anni. Mi risero in faccia. "Che cosa dice? Qui a Napoli abbiamo un negozio per famiglia e lei vuole farne cento?". Non mi capivano. L'idea è maturata proprio perché al Sud non c'era questo tipo di

# OLTRE 800

**PUNTI VENDITA**  
dislocati su tutto il territorio nazionale

# 8.209

**DIPENDENTI**  
tra negozi, sedi e poli logistici

# OLTRE 3 MLD DI €

**IL FATTURATO**  
dell'azienda nel 2021

vendita e di conseguenza io ho pensato che qui sarei partito per primo e quindi sarei riuscito a vincere la concorrenza.

**MD è stato subito un successo al Sud. Poi ha risalito la penisola per conquistare il Nord.**

Dopo circa 20 anni di sviluppo al Centro-Sud, all'epoca MD contava circa 300 punti vendita, si è presentata l'opportunità di rilevare una azienda di discount del Nord. Le trattative sono durate mesi, poi il venditore ha ceduto. Era il 2013. Nella mia vita e nella mia azienda è un po' cambiato tutto: l'organizzazione, le persone, il raddoppio dei fatturati, i depositi che da uno sono poi aumentati fino agli attuali 7. Pian piano negli anni, con questa acquisizione e con la nostra espansione anche al Nord, siamo arrivati oggi ad avere oltre 800 punti vendita in tutte le regioni d'Italia.

**I dipendenti sono aumentati, le responsabilità anche?**

MD può contare su una forza lavoro di oltre 8.000 dipendenti. Poi c'è qualche cooperativa, altri operatori che lavorano con noi. La nostra è una grande famiglia e grande resta il mio senso di responsabilità verso tutti. Il piano di sviluppo rete ci consente di costruire direttamente i punti di

Per guardare  
la video  
intervista  
a Patrizio  
Podini inquadra  
questo  
QR Code



vendita: compriamo il terreno, costruiamo capannoni a nostro formato nei quali vendiamo i prodotti a marchio privato. Tutti i punti vendita hanno una superficie complessiva di almeno 2mila mq, fra depositi e area di vendita al pubblico, questo sviluppo è proporzionale alla crescita anche dei dipendenti.

#### Vendete di tutto.

Vendiamo il meglio dei prodotti alimentari e non al miglior prezzo. Chi viene nei nostri store sa di trovare oltre 3.000 articoli, prodotti freschi, linee premium e salutistiche. Il reparto ortofrutta resta il fiore all'occhiello dei nostri punti vendita per freschezza e qualità a prezzi competitivi. La nostra peculiarità sono i banchi serviti di macelleria e gastronomia, oltre al banco salumi e formaggi confezionati e surgelati. Per noi il reparto del fresco è ormai diventato una quota importante del nostro volume d'affari.

Il reparto no food invece è strategico con articoli che spaziano dal bazar all'elettrodomestico, con offerte e promozioni di grande interesse.

#### È fresco italiano?

Il nostro assortimento è italiano al 90%, lo completano le eccellenze dei Paesi europei. Là dove ci sono eccellenze che agli italiani piacciono, noi le facciamo trovare nei nostri punti vendita.

#### Che impatto ha avuto la pandemia sull'azienda?

È stato un momento difficile per tutti. I miei collaboratori sia delle sedi che dei punti vendita hanno dimostrato un altissimo senso di appartenenza e collaborazione: eravamo uniti, più che mai, non abbiamo chiuso nemmeno un giorno i punti vendita, applicando in maniera maniacale le norme anti-contagio a tutela dei nostri clienti e dei lavoratori. Siamo stati i primi a importare dalla Cina mascherine vendute a un prezzo minore rispetto a quello imposto dal Governo, assicurando un servizio indispensabile alla cittadinanza. Lo dico con rispetto, perché è stato un momento drammatico, con la pandemia abbiamo registrato il maggior incremento di fatturato, +15% sull'anno precedente, e siamo risultati, da un'indagine condotta dalla Nielsen, l'insegna che in quel periodo non ha aumentato i prezzi alla vendita, anzi li ha diminuiti.

#### Quanto vi sta danneggiando invece la guerra in Ucraina?

La pandemia è stata vissuta male, ma alla fine i risultati sono stati

importanti. Questa guerra invece ci sta arrecando grossi danni, perché abbiamo avuto gli aumenti dell'energia, triplicata rispetto a prima; i prezzi delle materie prime sono schizzati in maniera esplosiva, sia per mancanza che per una mera speculazione a livello italiano ed europeo. Tutti quelli che avevano delle merci che erano richieste hanno cercato di approfittare del momento; tant'è vero che, nel settembre 2021, io ho fatto a pagamento due pagine intere, una sul Corriere della Sera, l'altra sul Sole 24 Ore, dove denunciavo la speculazione che avevo già intravisto. Nessuno aveva capito ancora cosa sarebbe successo. Ho fatto anche un appello al Governo, ma nessuno si è reso disponibile a capire qualcosa; pensavano ad altro.

#### Di recente in Europa stanno autorizzando l'ingresso sul mercato di cibi ed abitudini alimentari che provengono dal Far East; uso dei grilli e altri insetti, il novel food. Vedremo mai sugli scaffali di MD questi prodotti?

Io le dico questo, personalmente, anche se avessi quarant'anni, non li mangerei mai. Però mi rendo conto che noi siamo qui per offrire un servizio ai consumatori e se i consumatori vorranno cibarsi di questi alimenti, io ben volentieri li metterò in assortimento e li vedrete nei nostri punti vendita.

#### Siete dotati di pannelli solari su tutti i depositi.

Circa dieci anni fa abbiamo realizzato il primo grande impianto fotovoltaico da 2 megawatt di potenza qui a Gricignano di Aversa. Ne abbiamo realizzato uno anche a Dittaino in Sicilia, da 1 mega. L'ultimo impianto realizzato l'anno scorso è stato sul modernissimo tetto del nuovo polo logistico di Cortenuova da quasi 800 kW.

## DA SUD AL NORD

Così Patrizio Podini ha costruito il suo impero commerciale

**1994**

Nasce la Lillo S.p.A. con marchio MD Discount

**1995**

Aprire il centro di distribuzione di Gricignano di Aversa (Caserta): 55mila mq coperti

**2000**

Il Gruppo si espande in Puglia

**2011**

Il Gruppo si espande nel Lazio acquisendo 16 negozi del Gruppo Bse

**2013**

MD rileva i 320 punti vendita LD market diventando così un player nazionale

**Gli altri depositi, siti produttivi, sono senza fotovoltaico?**

Gli altri depositi in questo momento non hanno il fotovoltaico, ma ci attrezzeremo, e là dove possibile, li realizzeremo. Per noi sono investimenti, non spese. In ogni caso, posso dirle che tutti i negozi che stiamo costruendo negli ultimi 2-3 anni, hanno come minimo 40 kW sul tetto. Devo dire con rammarico che per avere un permesso per cui basterebbe una firma, talvolta intercorrono tempi immotivatamente dilatati.

**Perché?**

Perché siamo in Italia e certa burocrazia rallenta la crescita del Paese.

**Quanto è importante l'innovazione all'interno del gruppo MD?**

È un tratto essenziale del nostro spirito imprenditoriale. Le faccio un esempio: abbiamo realizzato due depositi automatizzati. Chiaramente, non è stata una scelta dettata da assoluta necessità, ma in previsione di uno sviluppo territoriale che intendiamo intraprendere a breve. L'automazione ci consentirà di ricercare personale specializzato e creare, nonostante l'attuale situazione, nuovi posti di lavoro. Oggi è molto difficile la ricerca di personale disposto a lavorare nei magazzini, la manodopera italiana è merce rara. Una gestione sempre più all'avanguardia e sostenibile, che investe in automazione e formazione, ci consentirà di affrontare le sfide del mercato di domani con più consapevolezza e sicurezza.

**C'è necessità o voglia di diversificare gli affari nel gruppo, di avere anche altri canali economici?**

In questo contesto competitivo della grande distribuzione italiana MD registra costantemente un trend positivo nelle vendite e questo ci ha portato ad essere il terzo operatore



italiano. Questa è una precisa volontà mia e della mia famiglia: puntare sempre più in alto anche diversificando. Diversificare, poi, è nel Dna della nostra famiglia. Mio figlio segue in maniera quasi esclusiva una grande società di informatica, DEDAGroup, con sedi su tutto il territorio italiano; conta circa 2.500 dipendenti altamente specializzati. Il core business è dare servizi e software di gestione alla pubblica amministrazione, e a grandi aziende anche nel settore della moda. È un'altra attività sulla quale stiamo investendo moltissimo. Mia figlia invece segue più da vicino la gestione di MD e del Gruppo Lillo. Questo è il futuro. Ci dà la possibilità di ritagliarci un ruolo importante nel mercato, ed essere riconosciuti come famiglia di imprenditori seri, impegnati e che crea occupazione. 📌

**2015**

LD market viene fusa nella Lillo S.p.A.

**2017**

Si inaugura il nuovo polo logistico di Macomer in Sardegna

**2018**

Acquisizione del terreno delle ex acciaierie di Cortenuova per farne un grande polo logistico

**2021**

Si inaugurano 40 nuovi punti vendita: ora i negozi sono 800 e i dipendenti più di 8000

**2022**

Viene inaugurato il polo logistico di Cortenuova, il più grande in Italia nel canale discount