

# Md, 38 nuove aperture Al lavoro con i fornitori per tagliare i prezzi

## Grande distribuzione

Per fine anno l'obiettivo è un calo dei listini compreso tra il 2 e il 3%

Enrico Netti

«Dopo Pasqua abbiamo iniziato a convocare quasi tutti i nostri fornitori (i copacker ndr) per rivedere insieme a loro i listini d'acquisto alla luce dei cali dei costi energetici, delle materie prime e dei trasporti - dice il cavaliere Patrizio Podini, fondatore e presidente di Md catena di discount a capitale italiano -. Per fine anno mi aspetto un calo dei prezzi allo scaffale del 2 o 3 per cento». A supporto di questo cambio di passo negli ultimi mesi Md ha inoltre raddoppiato, da 6 a 12, il numero dei buyer. «Vogliamo aumentare la qualità e l'attenzione sugli acquisti perché dobbiamo recuperare almeno due punti percentuali di marginalità persi nell'ultimo anno» rimarca il presidente.

Per Md il 2022 si chiude con 3,4 miliardi di fatturato, +11% sull'anno precedente, un patrimonio netto in crescita a 513 milioni (+10,4%) l'Ebitda normalizzato è di 202,2 milioni e l'utile netto tocca i 72,4 milioni di euro (+2,7%). Per quest'anno l'insegna ha stanziato oltre 170 milioni a supporto dello sviluppo. I piani di crescita prevedono l'apertura di 38 nuovi punti vendita, di cui 28 diretti e 10 affiliati, mentre qualche settimana fa è stato inaugurato un silos automatizzato presso la sede di Gricignano di Aversa, in provincia di Caserta, in grado di stoccare 15 mila pallet, investimento da 15 milioni

«che ha aumentato la produttività del 30-40% sufficiente per rifornire un centinaio di negozi» aggiunge Maria Luisa Podini, ad e vice presidente di Md. Nell'arco del 2023 altri 35 discount verranno ristrutturati.

Per quanto riguarda lo sviluppo sul territorio si punta al Centro Italia con aperture a Pisa, Spoleto, Roma, Caserta, Marcianise. Nella roadmap delle prossime aperture c'è quella di Bologna «la cercavamo da tempo e stiamo investendo 10 milioni» sottolinea soddisfatto Patrizio Podini che aggiunge: «Stiamo alzando l'asticella con punti vendita fino a 1.400, 1.500 metri quadri di area di vendita, una dimensione che ci permette di esprimere il potenziale della nostra offerta». Anche così Md si è conquistata una quota di mercato del 3,4% tra le insegne della Gdo in Italia mentre nel segmento discount arriva al 15-16%.

Mosse che hanno fatto crescere lo scontrino medio passato a 24 euro dai 21,5 del 2021. «Puntiamo soprattutto a portare via un po' di clienti ai supermercati» avverte il presidente.

Per quanto riguarda i piani di medio-lungo termine si punta dagli attuali 500 negozi a gestione diretta e 1.300 in capo ad affiliati al traguardo dei 1.000 discount ma senza indicare una scadenza perché «in questa situazione è un obiettivo problematico - continua il cavaliere -. Apriranno altri punti vendita anche i supermercati e ci aspettiamo cinque anni difficili per tutti». Un riferimento al difficile ciclo congiunturale in cui i volumi di vendita calano in tutti i canali anche a causa dell'inflazione nel carrello della spesa al +12,6% secondo le rilevazioni Istat di marzo.

In Md si lavora alla messa a punto di piani di maggiore efficientamento, la limatura dei costi, la fidelizza-

zione dei clienti e alla clientela più giovane come la generazione Z. «Per migliorare la marginalità un domani verrà effettuato lo scorporo delle proprietà immobiliari nella Md Immobiliare e i margini schizzeranno al 7%» anticipa l'ad Maria Luisa Podini. Si lotta anche contro gli sprechi vendendo i prodotti freschi e freschissimi sotto scadenza con forti sconti mentre in autunno verrà pubblicato il primo bilancio di sostenibilità dell'insegna.

enrico.netti@ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## I NUMERI

+11%

### Ricavi in crescita

Nel 2022 il fatturato ha superato i 3,4 miliardi. L'utile netto è di 72,4 milioni.

170

### Investimenti in milioni

Quest'anno Md prevede di investire oltre 170 milioni per l'apertura di 38 punti vendita tra cui 28 diretti e 10 affiliati. Potenziata con un silos per pallet sede di Gricignano di Aversa. Altri 35 negozi verranno rinnovati.

