Napoli, 15 – 16 dicembre 2022

Tecnologie per la solidarietà sociale

La spesa diventa ancora più buona con MD

Anna Campanile, Direttrice Marketing e comunicazione MD: "Con il nostro progetto portiamo la "buona spesa" in tutta Italia, sostenendo le associazioni in modo semplice e innovativo".

L'azienda

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.
Nel 2021, l'insegna MD ha realizzato oltre 3 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 a farla diventare un'azienda nazionale con l'acquisto nel 2013 della catena LD Market diffusa al Nord e di proprietà del Gruppo Lombardini. Nasce così una realtà che oggi vanta oltre 800 punti vendita e più di 8.500 dipendenti, con una crescita annuale del fatturato oltre al 10%.

Campagne di donazione

Molti operatori commerciali della grande distribuzione annualmente decidono di aprire campagne di donazioni per sostenere progetti importanti e per coinvolgere emotivamente il proprio pubblico. MD, oltre a donazioni per la ricerca scientifica e per l'ambiente, ha deciso di coinvolgere la sua clientela anche nella scelta degli enti a cui erogare le donazioni.
Attraverso la piattaforma di Goodify, con una spesa di minima di 30 euro effettuata presso MD, si può donare 1 euro all'associazione prescelta. La procedura è semplice: si apre l'app di Goodify, si scansione il QR Code dello scontrino e si decide l'ente a cui MD farà la donazione.

Le potenzialità del digitale

Come per altri grandi gruppi, la pandemia ha incentivato percorsi di innovazione, ad esempio verso la diffusione dello smart working.
Questa iniziativa nell'ambito benefico è volta anche a dare maggiore concretezza allo slogan "la buona spesa" che riguarda non solo la qualità dei prodotti o il rapporto qualità/prezzo, ma rimanda

MD spa
Settore: grande distribuzione
Sito web: www.mdspa.it

a un modo di fare la spesa che “fa del bene” sostenendo il mondo delle associazioni.
È un percorso che porterà a fare la redazione nel 2023 del bilancio di sostenibilità, focalizzato su tre asset: le persone, il territorio e la qualità dei prodotti.
Il progetto è nato nel 2020 con la start up Goodify che ha sviluppato una piattaforma innovativa per fare beneficienza. Lo strumento di solidarietà sfrutta le potenzialità del digitale, con grande attenzione alla facilità di uso. Goodify collega il marchio dell’azienda a migliaia di enti no profit e permette a migliaia di consumatori di sostenere la propria causa benefica con la spesa quotidiana.

Benefici

Questa iniziativa di MD supportata dalle tecnologie di Goodify ha certamente un impatto sociale di ampia portata, ma può avere anche un effetto commerciale, fidelizzando la clientela che vuole avere la possibilità di donare alla propria associazione di riferimento.
L’associazione può così diventare promotrice presso i suoi associati della spesa presso MD, proprio per poter ricevere le donazioni. Può diventare un circolo davvero virtuoso.
Ad oggi le associazioni a cui è possibile donare attraverso la piattaforma sono circa 60.000, dalle associazioni nazionali come Croce Rossa a quelle territoriali.