



MD S.p.A.: 100 ETTARI DI ALBERI PER UNA "BUONA SPESA NON SOLO A PAROLE"

Il progetto debutta 'adottando' un'area verde capace di neutralizzare le emissioni di 25 camion, con l'obiettivo di rendere sostenibile l'intera rete dei mezzi di distribuzione di MD

Per promuovere l'operazione anche un divertente video che vede i bambini impegnati nel "Quiz per salvare la terra"

*Gricignano di Aversa, XX settembre 2019 - Togliere dall'atmosfera terrestre il quantitativo equivalente di CO2 prodotta dai mezzi della propria rete di distribuzione. E' quanto si propone di fare **MD S.p.A.** con il progetto "**La Buona Spesa non solo a parole**" che partirà questa settimana con comunicazione sui punti vendita e un divertente video, realizzato con Ciaopeople, gruppo editore di Fanpage.it, in cui i bambini provano a dare risposte sui temi ecologici più attuali.*

Il titolo è un riferimento a un'attenzione verso i consumatori che per MD va oltre l'offerta di prodotti di qualità a prezzi convenienti. I punti di forza del marchio sono anche servizi innovativi e una grande attenzione al contesto sociale e ambientale. Un impegno che sottolinea la spiccata sensibilità "green" di MD

*"L'attenzione di MD verso la sostenibilità è un impegno che coinvolge in modo complementare tutte le direzioni aziendali – conferma il Cav **Patrizio Podini**, fondatore e Presidente di quello che oggi è il secondo player italiano del settore discount – Punti vendita, centri logistici e già molti nostri vettori adottano innovazioni rispettose dell'ambiente. Ora si tratta di fare un passo in più verso un mondo sempre più minacciato dal riscaldamento globale".*

*"La Buona Spesa non solo a parole" debutta proponendosi di neutralizzare le emissioni di CO₂ di **25 camion**, attraverso l'adozione di un'area verde capace di assorbirla. In questo caso si parla di ben **100,5 ettari di pioppeto**, ovvero **23.850** alberi collocati nelle province di Mantova, Rovigo e Cremona e in grado di "smaltire" in un anno ben **1.800** tonnellate del gas responsabile del*



riscaldamento globale. Il progetto evolverà nei prossimi anni fino ad eliminare le emissioni dell'intera "flotta" MD.

Il progetto, curato dalla Direzione Marketing in collaborazione con la Funzione Tutela Ambientale di MD, ha scelto come partner dell'operazione **PEFC Italia**, la più grande organizzazione al mondo di certificazione forestale, che monitorerà e garantirà lo scambio tra le aree arborate e la CO2 emessa grazie all'adozione di pioppeti certificati per la loro gestione sostenibile.

*"Investire nella gestione sostenibile delle piantagioni con 23.850 pioppi e permetterne la certificazione con lo standard PEFC vuol dire ridurre della metà l'impatto dei fertilizzanti e di un terzo l'uso di pesticidi ed erbicidi - dichiara **Antonio Brunori**, segretario generale PEFC Italia - attraverso il progetto "La buona spesa non solo a parole" verranno neutralizzati 1.800 tonnellate di CO2 generato da parte dei mezzi di trasporto merci di MD. Questo è positivo sia per l'ambiente che per il messaggio che viene dato ai clienti di MD, che possono così prendere coscienza che il cambiamento climatico si può combattere con la gestione sostenibile delle risorse e in particolare grazie alla certificazione PEFC".*

Un futuro migliore è nelle mani di tutti, anche dei clienti MD. I consumatori potranno infatti contribuire alla causa: sull'acquisto di tutti i prodotti di igiene per la casa a marchio "DAT5 ecologici" e "DAT5 green" MD destinerà 1 cent di Euro alla crescita e allo sviluppo del progetto. I prodotti eco-friendly saranno in offerta con il 25% di sconto: un ottimo modo per risparmiare ed aiutare la natura.

L'intera operazione è comunicata a partire dal 30 settembre in tutti i punti vendita, on line e sui volantini, stampati su carta riciclata, ma per promuovere la "Buona Spesa non solo a parole" dal 3 ottobre sarà visibile su diversi canali youtube e su fanpage.it un **divertente video** che mostra alcuni bambini alle prese con un "Quiz per salvare la terra". Domande impegnative su inquinamento, ecosistema, persino sul fotovoltaico, però è proprio la spontaneità delle risposte dei piccoli, anche quando sono "sbagliate", a far riflettere sull'importanza di lasciare a loro in eredità un mondo migliore.

Il video è realizzato sotto la supervisione della direzione marketing di MD S.p.A. in collaborazione con **Ciaopeople**, gruppo editore di **Fanpage.it che ha curato riprese e montaggio**. L'agenzia **New Target** ha ideato la creatività e coordinato l'operazione.



Chi è MD S.p.A.

MD S.p.A è il secondo player italiano del settore discount che con il marchio MD, detiene oltre 780 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 7.000 dipendenti e ha chiuso il 2018 con 2,5 Mld di vendite nette, pari ad un incremento del 7,7% su anno precedente.

Ufficio stampa

Lead Communication srl - Anita Lissona - anita.lissona@leadcom.it - 02 860616, 335 498993