



SPAFID CONNECT

Informazione Regolamentata n. 0765-21-2020	Data/Ora Ricezione 01 Luglio 2020 18:09:09	MTA - Star
--	--	------------

Societa' : MARR

Identificativo : 134518

Informazione
Regolamentata

Nome utilizzatore : MARRN01 - Tiso

Tipologia : REGEM

Data/Ora Ricezione : 01 Luglio 2020 18:09:09

Data/Ora Inizio : 01 Luglio 2020 18:09:10

Diffusione presunta

Oggetto : MARR: prosegue la costante e progressiva ripresa dei consumi extradomestici a conclusione di un difficile primo semestre

Testo del comunicato

Vedi allegato.

Prosegue la costante e progressiva ripresa dei consumi extradomestici a conclusione di un difficile primo semestre

Superata la fase acuta dell'emergenza sanitaria. I ricavi del primo semestre sono stati penalizzati dal lockdown che ha fermato la ristorazione. Segnali positivi a seguito della ri-apertura con buone prospettive già dalla seconda parte dell'anno.

Rimini, 1 luglio 2020 – MARR S.p.A. (Milano: MARR.MI) società leader in Italia nella commercializzazione e distribuzione di prodotti alimentari al foodservice, chiude il primo semestre dell'anno con ricavi in flessione ed in linea con le previsioni di breve periodo già comunicate, a metà maggio, in occasione della presentazione dei dati relativi al primo trimestre.

Dopo un inizio d'anno molto positivo, i consumi legati alla ristorazione ed al turismo si sono quasi completamente bloccati per oltre tre mesi con positivi segnali di ripresa da metà giugno.

Nonostante questo i ricavi totali del primo semestre, valore gestionale provvisorio, si sono posizionati sopra i 440 milioni di Euro con una flessione ovviamente significativa sul pari periodo dell'anno precedente, ma con un trend di progressivo recupero a fine semestre.

Il risultato conseguito conferma la dinamicità della Società e la validità delle iniziative merceologiche e commerciali attuate che hanno mantenuto costante e vitale il rapporto con il Mercato ed il Cliente, anche durante il periodo più difficile del lockdown, e che riteniamo abbiano certamente rafforzato la posizione competitiva di MARR. In tal senso è utile rilevare ad esempio come la nuova linea di prodotti appositamente predisposta per favorire le attività di food delivery e take-away sia stata accompagnata da una risposta molto positiva da parte del Mercato della ristorazione; analoga positività è rilevata nell'area dei prodotti freschi quali ittici ed ortofrutticoli con la concretizzazione, in ambito di questi ultimi, dei benefici derivanti dalla acquisizione ed integrazione di SìFrutta.

La conferma della positività prospettica di questo approccio, perseguito con determinazione durante tutto il periodo, emerge dalla valutazione dei dati relativi ai ricavi, nell'ambito dei canali di riferimento, quindi nella ristorazione commerciale e collettiva, realizzati nelle ultime settimane, soprattutto a seguito delle progressive ri-aperture.

Infatti già nell'ultima parte del mese di giugno, rispetto al pari periodo dell'anno precedente, più dell'80% dei clienti ha significativamente ripreso la propria attività con consumi ormai superiori al 75% dello storico.

Tutto questo porta a ragionevolmente confermare che lo scenario già ipotizzato a maggio sia concretamente sostenibile. In particolare ci attendiamo dal terzo trimestre, e quindi nel periodo più importante per le attività turistiche nel nostro Paese, il rafforzamento della ripresa dei consumi con la possibilità di ravvicinare ulteriormente i risultati di periodo a quelli caratteristici degli anni precedenti.

Analogamente è lecito attendersi il progressivo riallineamento con i valori storici già dalla prima parte del 2021, con la piena possibilità di comparazione già nella seconda parte del prossimo anno.

Tutti gli elementi a nostra disposizione confermano infatti che non vi sono ostacoli strutturali alla possibilità che i consumi alimentari extradomestici tornino a rappresentare nel medio periodo un terzo dei consumi alimentari totali in Italia.

I segnali più recenti confermano inoltre che il mercato delle forniture è pronto ad accettare una selezione a beneficio delle realtà più strutturate e favorendo l'ulteriore naturale consolidamento anche attraverso attività di aggregazione; opportunità che MARR intende cogliere pienamente.



MARR (Gruppo Cremonini), quotata al Segmento STAR di Borsa Italiana, è la società leader in Italia nella distribuzione specializzata di prodotti alimentari alla ristorazione extra domestica ed è controllata da Cremonini S.p.A..

Attraverso un'organizzazione composta di oltre 850 addetti commerciali, il Gruppo MARR serve oltre 45.000 clienti (principalmente ristoranti, hotel, pizzerie, villaggi turistici, mense aziendali), con un'offerta che include oltre 15.000 prodotti alimentari, tra cui pesce, carne, alimentari vari, ortofrutta (<https://catalogo.marr.it/catalogo>).

La società opera su tutto il territorio nazionale attraverso una rete logistico-distributiva costituita da 35 centri di distribuzione, 5 *cash&carry*, 4 agenti con deposito e si avvale di oltre 750 automezzi.

MARR ha realizzato nel 2019 ricavi totali consolidati per 1.695,8 milioni di Euro, un EBITDA consolidato di 128,5 milioni di Euro ed un utile di Gruppo di 66,6 milioni di Euro.

Per maggiori informazioni su MARR visita il sito Internet della società alla pagina www.marr.it

Contatti press

Luca Macario
lmacario@marr.it
mob. +39 335 7478179

Investor relator

Antonio Tiso
atiso@marr.it
tel. +39 0541 746803

Il presente comunicato stampa contiene elementi previsionali e stime che riflettono le attuali opinioni del management ("*forward-looking statements*") specie per quanto riguarda performance gestionali future, realizzazione di investimenti, andamento dei flussi di cassa ed evoluzione della struttura finanziaria. I *forward-looking statements* hanno per loro natura una componente di rischio ed incertezza perché dipendono dal verificarsi di eventi futuri. I risultati effettivi potranno differire anche in misura significativa rispetto a quelli annunciati, in relazione a una pluralità di fattori tra cui, a titolo esemplificativo: andamento del mercato della ristorazione fuori casa ("*foodservice*") e dei flussi turistici in Italia; evoluzione del prezzo delle materie prime alimentari; condizioni macroeconomiche generali; fattori geopolitici ed evoluzioni del quadro normativo.

Fine Comunicato n.0765-21

Numero di Pagine: 4