

## CONTENUTO DELLA CARTELLA STAMPA

### **MARR**

- Dove c'è ristorazione Pag. 1
- Business Model Pag. 2
- I punti di forza e gli obiettivi Pag. 4
- La storia della società Pag. 9
- Il mercato di riferimento Pag. 12
- I risultati economico-finanziari Pag. 13
- Scheda di sintesi Pag. 14

Rimini, maggio 2021

\*\*\*

#### **Contatti press**

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

#### **Investor Relator**

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

## **MARR** **Dove c'è ristorazione**

**Leader in Italia**

**MARR è la società leader in Italia nella distribuzione specializzata di prodotti alimentari e non-food alla ristorazione extra domestica (foodservice).**

Da giugno 2005 la società è quotata sul segmento STAR (Segmento Titoli Alti Requisiti) di Borsa Italiana.

**Ricavi per circa 1,7 miliardi di Euro ante pandemia**

Il Gruppo MARR nell'esercizio 2020 ha realizzato ricavi totali per **1.073,8 milioni di Euro**, rispetto a **1,7 miliardi di Euro** ante pandemia del 2019.

**I clienti e i prodotti**

Presente sull'intero territorio nazionale, **MARR serve gli operatori della ristorazione extra domestica commerciale** (ristoranti, pizzerie, alberghi, villaggi turistici) e **collettiva** (mense aziendali, scuole, ospedali), con un portafoglio prodotti che comprende:

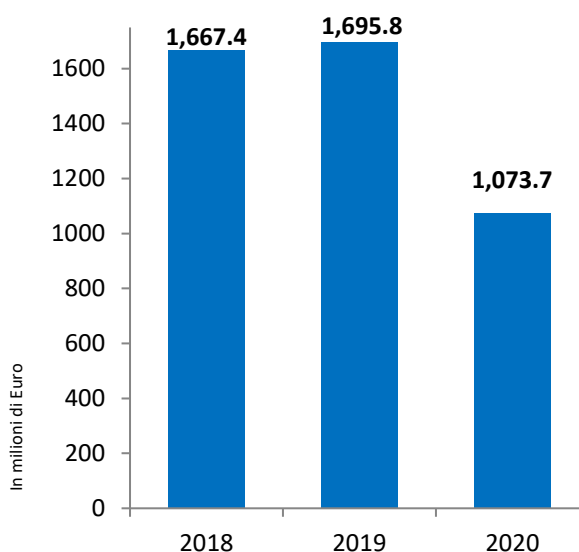
- **oltre 15.000 articoli alimentari** (<https://catalogo.marr.it/catalogo>), con una significativa offerta di prodotti a marchio proprio, disponibili in diverse tipologie di conservazione.
- **8.000 articoli strumentali**, tra cui attrezzature per la ristorazione, stoviglie, tovagliamenti, etc.

**Chi è MARR**

**Con una storia di oltre 45 anni, MARR rappresenta un punto di riferimento per gli operatori della ristorazione professionale**, proponendosi quale fornitore unico su scala nazionale di un'ampia gamma di prodotti sulle varie tipologie di conservazione (congelato, fresco, a temperatura ambiente), in grado di **assicurare un servizio tempestivo ed accurato e rispondere alle varie e mutevoli esigenze**, che caratterizzano i diversi segmenti di clientela serviti, in modo personalizzato e in tempi rapidi.

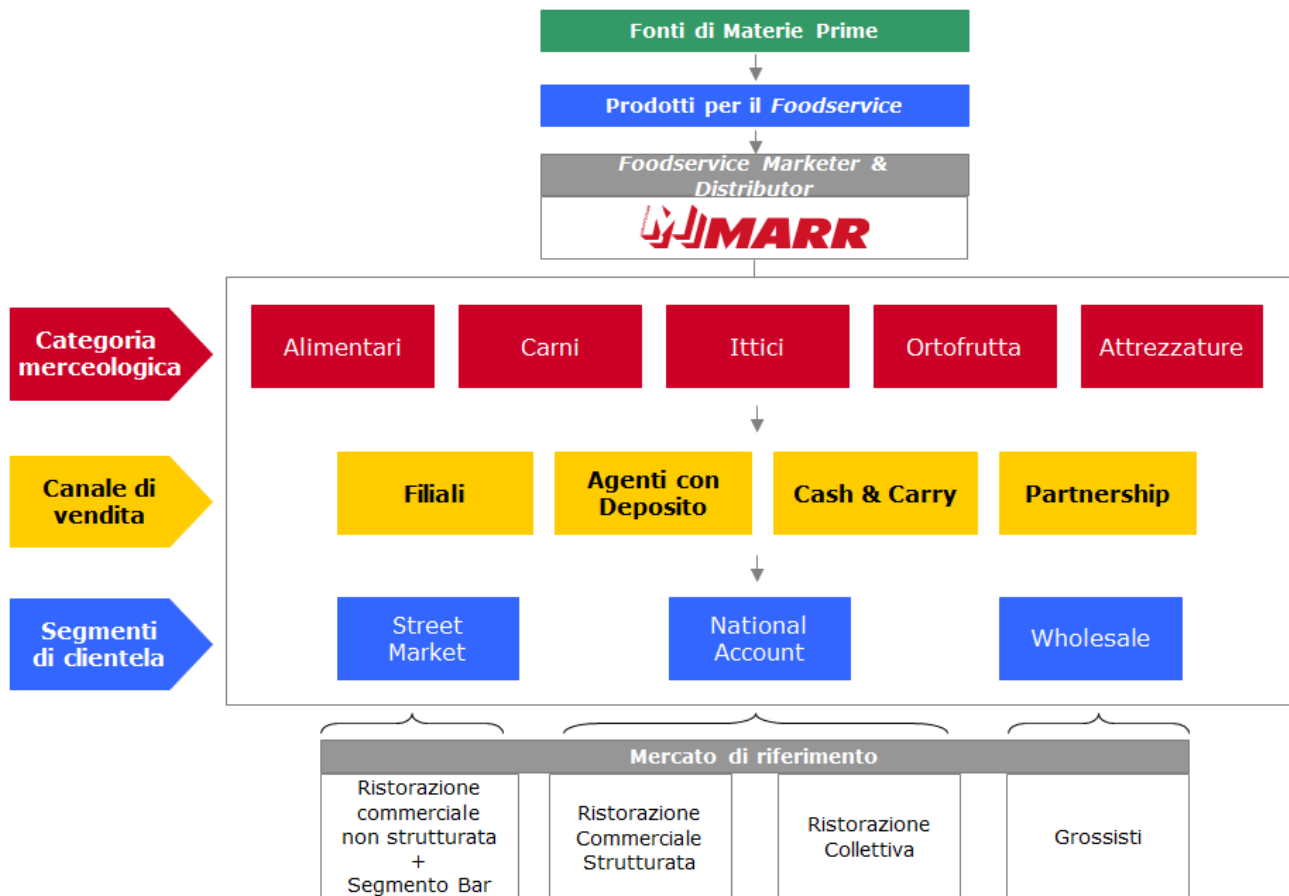
Le principali caratteristiche che costituiscono le basi per il vantaggio competitivo di MARR sono: **efficienza del sistema logistico, ampiezza di assortimento, competenza della struttura commerciale, capacità di innovazione merceologica, attenzione al controllo qualità.**

**MARR**  
**Ricavi totali consolidati**



## MARR

### Il modello di business



#### Modello di business

Nell'ambito del foodservice in Italia, **MARR opera come intermediario altamente qualificato tra i produttori di generi alimentari e gli operatori della ristorazione extradomestica.** In particolare il Gruppo si approvvigiona presso fornitori selezionati in tutto il mondo, segmentando il proprio mercato in **cinque categorie merceologiche** di prodotti alimentari e non alimentari che propone, tramite **quattro canali di vendita**, alla sua clientela.

#### Approccio al mercato

MARR vuole essere un partner qualificato e riconosciuto nel mercato del foodservice, in grado di **proporre soluzioni adeguate alle esigenze degli operatori della ristorazione.**

#### Dipendenti e tecnici commerciali

**I dipendenti del Gruppo MARR sono circa 800, a cui si aggiungono oltre 850 tecnici commerciali.**

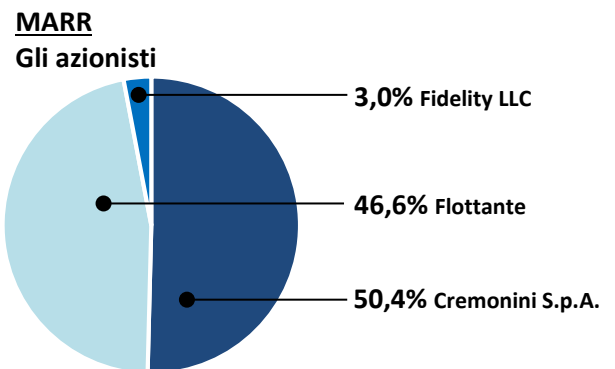
**Phygital marketing**

*Phygital marketing* ovvero l'avvicinamento dell'approccio "fisico" (tecnici commerciali, trasportatori, rete distributiva) con quello "digitale" (es. catalogo on line) ottimizzando il contatto diretto del Cliente con l'Azienda mediante la corretta e bilanciata combinazione delle competenze e degli strumenti. Tra i più recenti supporti digitali un supporto importante è fornito dalla nuova app "myMARR", attraverso la quale il Cliente potrà rimanere in costante contatto con MARR disponendo di continui aggiornamenti sulle iniziative commerciali, nonché avere accesso al catalogo on-line con ricette, schede tecniche, ingredienti e gestire il proprio account accedendo direttamente e facilmente anche ai pagamenti elettronici.



**Gli Azionisti**

**MARR è controllata da Cremonini S.p.A. con una quota del 50,4%.**  
Tra gli altri azionisti<sup>1</sup> figurano numerosi fondi istituzionali italiani ed esteri: tra cui Fidelity LLC al 3,0%. Il flottante ammonta al 46,6%.



<sup>1</sup> Principali partecipazioni secondo il libro soci, integrate dalle comunicazioni ex art. 120 D. Lgs. 58/1998 e altre informazioni disponibili. Situazione al 28 aprile 2021.

## MARR

### I punti di forza e gli obiettivi futuri

#### A) Un sistema commerciale logistico efficiente

**850 addetti alle vendite** MARR è presente su tutto il territorio nazionale, avvalendosi di una struttura commerciale costituita da **850 addetti**, tra tecnici commerciali e funzionari di vendita.

**41 centri di distribuzione e oltre 750 automezzi** La rete distributiva è costituita da **41 centri di distribuzione, 5 cash&carry e 2 agenti con deposito**, mentre le consegne sono effettuate con una flotta di oltre **750 automezzi**, dotati di vani a "temperatura controllata" e un **sistema IT di monitoraggio delle consegne e delle temperature** in grado di assicurare il continuo mantenimento della "catena del freddo".

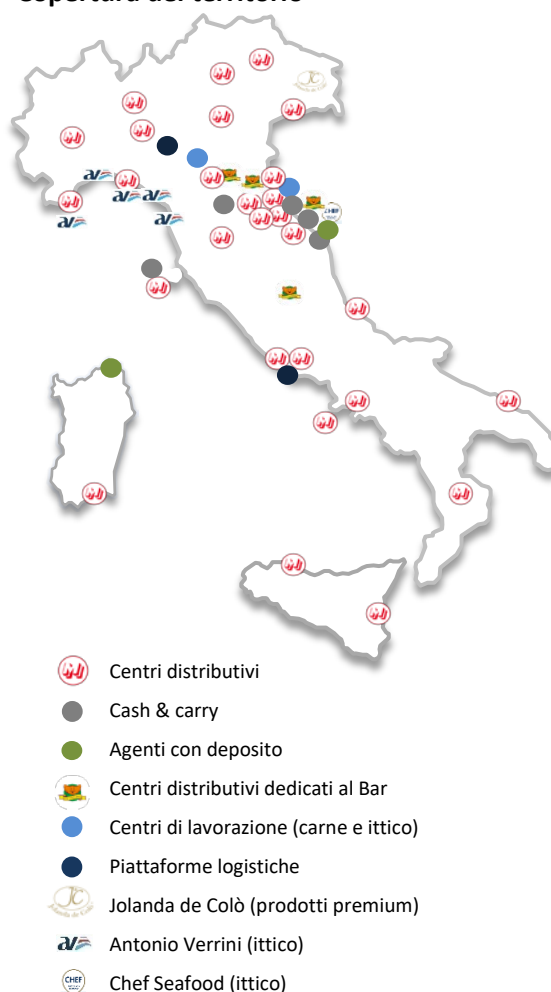
**Piattaforme logistiche** Ai centri di distribuzione rivolti ai clienti si affiancano le **piattaforme logistiche** che **ottimizzano i flussi in entrata dai fornitori e la distribuzione interna ai centri di distribuzione**, fungendo anche da **centri di stoccaggio**. Tali strutture sono inoltre **specializzate nella distribuzione ai clienti della Ristorazione Collettiva**.

**Partnerships per prodotti freschi** La società si avvale di **oltre 20 accordi di partnership con grossisti locali**, al fine di ottimizzare il livello di servizio ed effettuare consegne con maggiore efficienza per i **prodotti freschi**.

**Due centri di lavorazione per le carni e per il pesce**, infine, vengono utilizzati per sottoporre parte dei prodotti ad un ulteriore processo di **preparazione**, per fornire ai clienti prodotti porzionati in tagli "ready to cook" e semplificare quindi la preparazione dei cibi in cucina.

La rete distributiva è organizzata con l'obiettivo di **consegnare i prodotti richiesti anche entro 24 ore dal ricevimento dell'ordine**, che viene gestito attraverso un sistema informatico ad hoc.

#### MARR Copertura del territorio



## B) Un'ampia offerta di prodotti

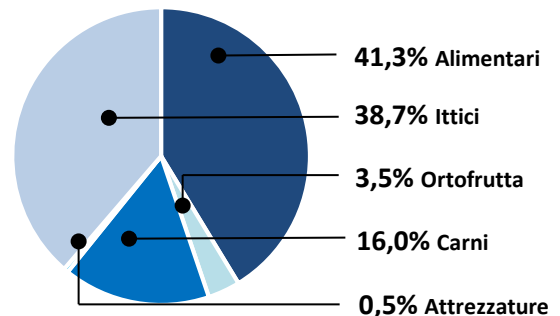
**MARR dispone di un'offerta ampia,** articolata sia per tipologia di prodotto che per tipologia di conservazione. In particolare, le tipologie di prodotto sono articolate in:

**Mix di vendita per tipo prodotto**

- **alimentari** (41,3% dei ricavi di vendita);
- **ittici** (38,7%);
- **carni** (16,0%);
- **ortofrutta** (3,5%);
- **attrezzature** (0,5%).

**MARR**

**Ricavi per tipologia di prodotto (2020)**



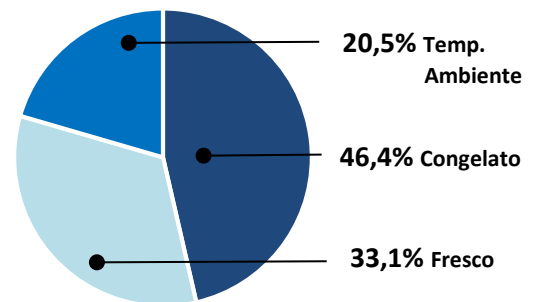
**Tipologie di conservazione**

**I prodotti sono disponibili in diverse temperature di conservazione:** fresco, congelato e temperatura ambiente.

Circa il 79% dei ricavi sono generati dalla vendita di prodotti a temperatura controllata (prodotti freschi e congelati).

**MARR**

**Ricavi per tipologia di conservazione (2020)**



**La segmentazione dell'offerta** contribuisce alla creazione del vantaggio competitivo di MARR riducendo la dipendenza nei confronti di una specifica tipologia di prodotto e consentendole di **adeguarsi rapidamente alle esigenze del mercato e gestire le dinamiche congiunturali di domanda e offerta.**

**Catalogo MARR on line**

Il nuovo Catalogo MARR su web (<https://catalogo.marr.it/catalogo>) mette a disposizione uno strumento innovativo per fare conoscere le soluzioni offerte da MARR ai professionisti della ristorazione.

Uno strumento tecnologicamente avanzato per presentare in modo originale una gamma di oltre 15.000 referenze disponibili a livello nazionale illustrate attraverso una grafica intuitiva e con informazioni sempre aggiornate.

Con alcuni semplici passaggi è possibile navigare tra le diverse categorie di prodotti, fino ad arrivare alla scheda tecnica e ai contenuti multimediali con foto e oltre 1.000 video.

## C) La competenza della struttura commerciale

**Oltre 45.000 clienti**

**MARR serve oltre 45.000 clienti,** costituiti da ristoranti, hotel e catene alberghiere, villaggi turistici, pizzerie, mense aziendali, colonie, asili, scuole, cliniche private, ospedali, case di cura e istituzioni pubbliche.

Coerentemente con l'evoluzione del mercato del foodservice e per rispondere alle crescenti esigenze degli operatori che richiedono servizi sempre più articolati e personalizzati, **MARR, oltre a raccogliere gli ordini e consegnare i prodotti, assiste i clienti con competenza nella pianificazione degli acquisti.**

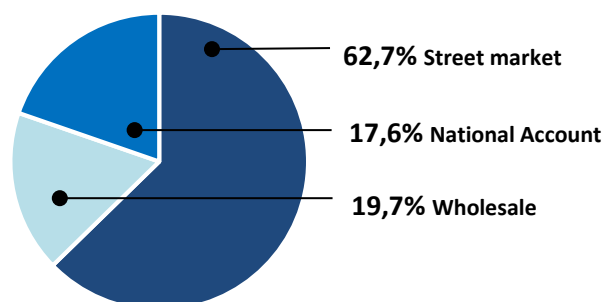
**Il portafoglio clienti di MARR è suddiviso in 3 segmenti:**

**I segmenti di clientela**

- **“Street Market”**: operatori della ristorazione commerciale non strutturata (ristoranti, trattorie, pizzerie, alberghi ed in generale strutture non appartenenti a gruppi o catene) e clienti del segmento bar e della ristorazione veloce.
- **“National Account”**: operatori della ristorazione commerciale strutturata (ristoranti, alberghi ed in generale strutture appartenenti a gruppi o catene) e della ristorazione collettiva (tra cui mense aziendali, scuole, ospedali).
- **“Wholesale”**: grossisti alimentari, in particolare di ittico congelato.

**MARR**

**Ricavi di vendita per tipologia di cliente (2020)**



#### D) La capacità di innovazione merceologica

**Prodotti a marchio proprio**

**MARR ha ampliato la propria offerta commerciale con prodotti a marchio proprio e in esclusiva**, la cui incidenza sui ricavi è destinata a crescere nei prossimi anni. **L'innovazione merceologica riguarda anche l'offerta di prodotti**, prevalentemente a marchio proprio, **in grado di semplificare le attività di preparazione in cucina** (ad es. porzionati, ready to cook), è ad es. il caso dei prodotti della linea **“MARR Easy Menu”** che riduce drasticamente i potenziali sprechi e si aggiunge alle ormai ben sperimentate linee per le attività di delivery e take away. Nell'ottica di valorizzare i prodotti delle eccellenze Italiane e del territorio un ruolo importante è svolto dalla linea di prodotti **“Della Nostra Terra”** che comprende prodotti DOP, IGP o rientranti nell'elenco PAT.



#### E) Sistema di Qualità

Il **Sistema Qualità MARR** ([www.marr.it/gruppo/qualita](http://www.marr.it/gruppo/qualita)) è stato sviluppato in modo da essere funzionale all'attuazione dei nostri obiettivi, tra i quali sono annoverati come prioritari: la **qualità**, la **sicurezza**, la **sostenibilità** e la **capacità di fornire prodotti e servizi conformi ai requisiti dei Clienti**

Il **Sistema Qualità** di MARR è **certificato** in base alla norma **ISO 9001** da un ente esterno accreditato e riconosciuto a livello internazionale. Per assicurare inoltre che tutte le fasi del

processo distributivo e produttivo avvengano nel pieno rispetto degli standard di controllo comunitari e nazionali applicabili, MARR ha conseguito standard di certificazione di filiera, di prodotto e di autocontrollo igienico-sanitario, in conformità alle seguenti norme:

- ISO 9001 - Sistema di Gestione Qualità
- UNI 10854 - Linee guida per la progettazione e realizzazione di un sistema di autocontrollo basato sul metodo HACCP
- ISO 22000 - Sistema di Gestione per la Sicurezza Alimentare
- ISO 22005 - Sistema di Rintracciabilità nelle Aziende Agroalimentari
- ISO 14001 - Sistemi di Gestione Ambientale
- Certificazione del processo di controllo della filiera ittica sostenibile
- Pesca sostenibile certificata MSC - Catena di Custodia
- Acquacoltura sostenibile certificata ASC – Catena di Custodia
- Sistema di controllo dei fornitori per il benessere animale
- Certificazione CCPB - Certificazione di conformità alle prescrizioni del Reg. CE 834/2007 relativamente all'attività di "Ricevimento e stoccaggio di derrate alimentari BIO destinate alla preparazione di pasti"

#### Sostenibilità

La Sostenibilità ([www.marr.it/sostenibilita](http://www.marr.it/sostenibilita)) è per MARR un dovere primario, per questo operiamo sul territorio in modo tale da raggiungere l'obiettivo di equilibrio tra le nostre attività e l'ambiente che ci circonda, senza degradarlo e minimizzando l'utilizzo delle risorse, favorendo anche la diffusione di prodotti sostenibili ([www.marr.it/prodotti-verdi](http://www.marr.it/prodotti-verdi)).

#### Benessere animale

MARR, consapevole della propria responsabilità etica, sociale ed ecologica, ha da tempo considerato come prioritaria l'attuazione di strategie di sostenibilità nelle proprie politiche di approvvigionamento e nella gestione dei processi logistico distributivi (Programma di Sostenibilità MARR).

Coerentemente con il proprio modo di fare impresa, anche il **Benessere Animale** rappresenta un'area d'interesse per MARR ([www.marr.it/sostenibilita/benessere-animale](http://www.marr.it/sostenibilita/benessere-animale)), in linea con la crescente sensibilità dei Clienti/Consumatori verso questo tema. L'attenzione in tal senso è volta all'obiettivo di rendere disponibili nell'assortimento MARR prodotti di origine animale sicuri dal punto di vista igienico-sanitario, garantiti dal punto di vista organolettico e in termini di rintracciabilità, realizzati in filiere produttive rispettose della dignità e del benessere animale.

#### Qualità, sicurezza e rintracciabilità

Per garantire il rispetto dei requisiti di qualità e di sicurezza, sono messe in atto, in tutti i nostri siti produttivi, specifiche misure per il controllo di processo e di prodotto.

Il controllo di processo viene attuato, attraverso l'applicazione di **procedure per la sicurezza degli alimenti** (che comprendono il controllo all'arrivo dai nostri fornitori, molteplici verifiche sulle fasi di immagazzinamento e lavorazione, fino al trasporto e consegna ai nostri Clienti), anche attraverso l'utilizzo di **un sistema informatizzato di controllo della catena del freddo**. Il controllo di prodotto prevede invece una serie di campionamenti effettuati in diverse fasi del ciclo distributivo o di lavorazione attuati al fine di verificare la **conformità degli alimenti in termini di etichettatura, caratteristiche microbiologiche e merceologiche, assenza di residui o di sostanze vietate**. Sui prodotti distribuiti da MARR vengono effettuate infatti diverse **migliaia di prove analitiche** secondo piani di campionamento predefiniti.

Le determinazioni sono effettuate nel laboratorio di analisi di MARR e in laboratori di analisi esterni accreditati. Il Laboratorio MARR è opportunamente attrezzato per svolgere analisi di routine su matrici alimentari con metodiche messe a punto secondo quanto previsto dalle attuali procedure nazionali ed internazionali e impiega personale tecnico laureato in Scienze e Tecnologie Alimentari e Scienze Biologiche.



Per garantire la sicurezza alimentare lungo tutta la catena di fornitura, MARR ha inoltre messo in atto procedure e avanzati sistemi di identificazione volti a garantire la **rintracciabilità dalla fase di ricevimento presso i propri depositi alla fase di consegna al Cliente**. La gestione del sistema di rintracciabilità MARR consente di certificare la storia documentata di un prodotto o classi di prodotti e le specifiche responsabilità attraverso l'identificazione e la registrazione dei flussi fisici che legano il Fornitore, MARR e il Cliente, consentendo così il ritiro completo di prodotti dal mercato nel caso di stati di allerta o di non conformità rilevate nell'ambito dell'autocontrollo.

#### ESG

MARR, ai fini della redazione della Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria (DNF), ha implementato un processo di analisi condotto secondo le linee guida per il reporting di sostenibilità del GRI (Global Reporting Initiative) Standard volto ad identificare le tematiche che potrebbero influire sulla capacità di creare valore e che sono maggiormente rilevanti per la Società e i suoi stakeholder ([www.marr.it/sostenibilita-ambientale/DNF-ESG](http://www.marr.it/sostenibilita-ambientale/DNF-ESG)).

MARR ha ottenuto il rating A per l'ESG rating assessment 2020 di MSCI



#### GLI OBIETTIVI FUTURI

##### Gli obiettivi

Per proseguire nel percorso di crescita e incrementare la sua presenza sul mercato, MARR si pone gli obiettivi di:

- **aumentare il numero dei prodotti venduti per cliente;**
- completare l'offerta merceologica anche attraverso **prodotti a marchio proprio e in esclusiva;**
- aumentare il livello di **specializzazione dell'offerta** e promuovere **l'innovazione di prodotto e processo** per aumentare il **livello di servizio e fidelizzare il cliente;**
- **proseguire lo sviluppo per linee esterne**, con acquisizioni mirate di operatori locali per:
  - incrementare la specializzazione di prodotto e di segmento di clientela con una particolare attenzione allo sviluppo nella distribuzione al bar e alla ristorazione veloce, un segmento di mercato in continua espansione;
  - diversificare le attività;
  - ottimizzare la copertura logistica della clientela.

## **MARR**

### **La storia della società**

- 1972** **M.A.R.R.**, Magazzini Alimentari Riuniti Riminesi, **viene fondata a Rimini** e inizia la propria attività per la fornitura e distribuzione di prodotti alimentari a ristoranti ed alberghi della riviera adriatica.
- 1979** Il **Gruppo Cremonini** entra nel capitale di MARR, contribuendo allo sviluppo della società e pochi anni dopo MARR inizia il commercio di **prodotti ittici**.
- Anni '90** MARR si sviluppa sul territorio nazionale, attraverso **l'apertura di nuovi centri distributivi** in Sicilia, Campania, Lombardia, Lazio, Veneto e Sardegna.  
Vengono altresì finalizzate **acquisizioni mirate di operatori regionali**, in particolare Adriafood, Copea, Discom, Venturi e Sanremomare.
- 2003** Nel capitale di MARR entra un **pool di investitori istituzionali** (capofila: Barclays Private Equity, Arca Impresa Gestioni SGR e Arca Merchant) che sottoscrive circa il 33,3% del capitale.
- 2004-2006** MARR acquisisce **Sogema S.p.A.**, società operante in Piemonte e Valle d'Aosta., quindi il ramo d'azienda di **Sfera S.r.l.**, **operante in Romagna, Marche e Umbria**. Successivamente **vengono acquisiti AS.CA.**, società bolognese che si inserisce nel piano di sviluppo nelle grandi città, ed il **ramo d'azienda di distribuzione al foodservice di Prohoga**, società operante in Trentino Alto Adige.
- 2007** MARR entra nel segmento della distribuzione alimentare a bar e ristorazione veloce con l'acquisto di **New Catering**, azienda di Forlì  
Iniziano le attività operative presso il nuovo centro distributivo di **MARR Toscana** in provincia di Pistoia
- Nello stesso anno **MARR si rafforza nel segmento dell'ittico fresco** acquisendo il ramo d'azienda della **F.lli Baldini S.r.l.**, azienda leader nella distribuzione di molluschi freschi, finalizza l'acquisto del ramo d'azienda della società **Cater**, specializzata nella fornitura alla ristorazione collettiva ed **acquista il ramo d'azienda di Jolly Hotel**, primaria catena alberghiera nazionale acquisita dal Gruppo NH Hotel.
- 2008** Vengono rilevate le attività di **Minerva S.r.l.**, azienda operante sul **Lago di Garda** e con una forte specializzazione nella distribuzione di prodotti ittici freschi e congelati e quindi finalizzato l'acquisto di **Emigel (BO)**, attiva nella distribuzione alimentare a bar e ristorazione veloce, confermando la strategia di consolidamento del settore della distribuzione al bar con la successiva incorporazione (2014) in New Catering.

- 2012** MARR celebra **40 anni di attività**, durante i quali è diventato il gruppo leader nella distribuzione alimentare al foodservice in Italia; rileva inoltre le attività della Società **Lelli Lino** (Bologna) che verrà trasformata in Filiale nel 2014.
- 2013** Prende avvio il contratto di affitto d'azienda delle attività di Scapa Italia S.p.A. ("**Scapa**"), attraverso il quale MARR ha rilevato la gestione dei centri distributivi di Marzano (Pavia) e Pomezia (Roma): due strutture ampie, moderne e ottimamente localizzate. Il centro di Marzano (inaugurato nel 2009) ha una superficie totale di 22.000 mq, mentre il magazzino di Pomezia ha una superficie di 11.000 mq.  
MARR ha concentrato su queste strutture le attività logistiche e distributive della propria clientela dei National Account (operatori della Ristorazione Collettiva e della Ristorazione Commerciale Strutturata), razionalizzando ulteriormente le attività dedicate al segmento dello Street Market svolte dagli altri suoi centri distributivi; utilizzando inoltre tali magazzini come importanti piattaforme di stoccaggio. L'azienda viene acquistata all'inizio dell'anno successivo.
- 2014** MARR cede le sue quote (pari al 55% del capitale sociale) della Alisea società consortile a responsabilità limitata a CIR Food Cooperativa Italiana di Ristorazione. A seguito della cessione da parte di MARR S.p.A. dell'intera partecipazione in Alisea - società operante nella ristorazione rivolta a strutture ospedaliere e i cui ricavi totali nel 2013 sono stati pari a 14,8 milioni di Euro – le attività del Gruppo MARR si focalizzano nelle forniture al Foodservice.
- 2015** MARR acquisita **SAMA S.r.l.**, società di Zola Predosa (Bologna), specializzata nella distribuzione di prodotti alimentari al bar e alla ristorazione veloce che nello stesso anno viene incorporata in New Catering, che si conferma realtà leader nella distribuzione alimentare al segmento bar con 4 centri di distribuzione (Forlì, Bologna, Rimini e Perugia).
- 2016** MARR acquisita **DE.AL. S.r.l.**, società abruzzese operante nella distribuzione alimentare al Foodservice col marchio "**PAC FOOD**". Con oltre 60 milioni di Euro di vendite nel 2015 e un centro distributivo di oltre 7 mila metri quadri coperti localizzato ad Elice (Pescara), rafforza la presenza MARR nel medio adriatico; nello stesso anno le attività della Società consentono l'attivazione della nuova Filiale **MARR Adriatico**.  
  
Nello stesso anno viene acquisita **Specia Alimentari S.r.l.**, società localizzata sul **Lago Maggiore**. Con il rafforzamento della presenza MARR nella zona.
- 2019** MARR acquista il **34%** delle azioni di **Jolanda de Colò S.p.A.** da Intrapresa S.r.l. ed ha contestualmente sottoscritto con la società ABA S.r.l. della famiglia Pessot – de Colò, che detiene il 66% di Jolanda de Colò, un accordo irrevocabile che assegna a MARR – a partire dal 31 marzo 2022 - l'opzione per l'acquisto di una partecipazione di maggioranza di Jolanda de Colò. Tale accordo prevede inoltre un meccanismo di opzione call per MARR e put per ABA sul residuo 33% del capitale sociale di Jolanda de Colò.  
Attraverso questa operazione MARR entra in partnership con la famiglia Pessot – de Colò, confermata alla guida di Jolanda de Colò, nello sviluppo del segmento premium delle forniture alimentari al Foodservice.  
**Jolanda de Colò è infatti tra i principali operatori a livello nazionale nel segmento premium (alto di gamma)** ed opera attraverso un centro distributivo e di produzione quadri ubicato a Palmanova (Udine).

2021

Ad aprile MARR ha concluso l'acquisizione delle società Antonio Verrini S.r.l. e Chef S.r.l. (ricavi totali pari a circa 55 milioni di Euro nel 2020) operanti nell'**ittico fresco**, sia sul mercato della ristorazione che su quello della distribuzione ai consumatori finali.

La Società **Antonio Verrini S.r.l.**, appositamente costituita, opera in Liguria e Versilia attraverso i 5 centri distributivi e ha il duplice obiettivo di sviluppare ulteriormente i territori contigui e di coadiuvare le Filiali MARR nell'incrementare il livello di servizio, sulle merceologie che la caratterizzano, a favore della Clientela.

La Società Chef S.r.l. (che opera avendo in affitto l'azienda Chef Seafood) prosegue le attività di lavorazione di prodotti ittici per la loro commercializzazione sia direttamente che attraverso la struttura delle filiali MARR operanti nelle aree limitrofe.

L'operazione, che conferma la precisa volontà del Gruppo MARR di rafforzarsi nell'ambito di merceologie estremamente importanti per i Clienti e con maggiore difficoltà nella gestione e movimentazione, nonché la capacità di consolidare il mercato attraverso aggregazioni sinergiche e funzionali ai propri obiettivi anche qualitativi, riveste carattere strategico per il Gruppo.

Sempre ad aprile 2021 hanno preso il via le attività del nuovo centro distributivo di **MARR Catania**, una struttura di oltre 6 mila metri quadrati con un assortimento di più di 4 mila prodotti, tra cui un'importante selezione di merceologie del territorio (DOP, IGP e PAT). Il rapporto con la Clientela è garantito da circa 30 Tecnici Commerciali e da un'adeguata struttura di automezzi per le consegne.

A regime si prevedono circa 90 collaboratori tra diretti e indiretti, inclusi venditori, trasportatori e addetti alla movimentazione. L'obiettivo atteso per la nuova filiale di Catania è che nei prossimi anni possa superare i 60 milioni di Euro di vendita, quasi raddoppiando i precedenti livelli di fatturato nelle zone servite dalla nuova filiale.

MARR fin dagli anni '90 è attiva in Sicilia, un'area a forte vocazione turistica e culturale con importanti prospettive di sviluppo; dal 1999 opera con il centro distributivo di MARR Palermo a Cinisi.

Con l'apertura della nuova struttura di Catania, **MARR raddoppia la sua presenza in Sicilia** e va ad aumentare il livello di servizio a tutti gli operatori della ristorazione della regione, in Sicilia occidentale con la filiale di MARR Palermo e in Sicilia Orientale con MARR Catania.

MARR leader in Italia nel mercato delle forniture alla ristorazione fuori casa, opera con una forte attenzione alla valorizzazione delle eccellenze del territorio e un'offerta di servizio orientata alla sostenibilità. In tal senso la nuova struttura di Catania si colloca nel disegno di MARR volto ad aumentare la vicinanza al mercato puntando sulle competenze locali e sulle specializzazioni.

## **MARR**

### **Il mercato di riferimento**

MARR è una realtà in crescita costante sia in termini di fatturato che di marginalità, attiva in un settore caratterizzato da continui tassi di sviluppo e fortemente correlato alle dinamiche espansive della ristorazione extradomestica.

#### **Il mercato di riferimento<sup>2</sup>**



**Il giro d'affari del foodservice in Italia (ante pandemia) è stimato in oltre 70 miliardi di Euro (bevande incluse) ed è pari a circa il 5% del PIL.**

Circa il 35% della spesa alimentare degli italiani è destinata al fuori casa con consumi strutturalmente stabili.

**L'universo della ristorazione si articola su circa 180.000 strutture** (bar e neo ristorazione esclusi), di cui quelle della **ristorazione collettiva** rappresentano il **13% del valore dei pasti fuori casa**, mentre la **ristorazione commerciale** rappresentano il restante **87%**, di cui il 14,8% è costituito dalla ristorazione commerciale strutturata (clienti del segmento Chains&Groups per MARR).

Il mercato delle forniture al foodservice, riferito al costo dei prodotti alimentari acquistati (bevande escluse), ha un valore di **oltre 16 miliardi di Euro**.

#### **L'offerta al foodservice**

**L'offerta al foodservice è articolata e polverizzata.** La quota più significativa, circa il 59%, è detenuta dal segmento dei grossisti distributori (inclusi Logistic providers e quota Food Delivery Service del canale C&C), il 17% dai produttori, il 13% dal canale C&C e l'11% dal retail.

Il canale dei Grossisti, che vale oltre 10 miliardi di Euro, di cui MARR è leader con una quota di oltre il 16%, è segmentabile in 2 categorie:

- **operatori locali:** oltre 3.000, con un fatturato annuo individuale non superiore a 5 milioni di Euro e con una forte specializzazione di prodotto;
- **distributori specializzati:** circa 50 operatori di dimensione regionale e con un'offerta su varie categorie di prodotti.

**Tra i distributori specializzati MARR è l'unico con un'estesa copertura nazionale.**

<sup>2</sup> Gira Foodservice 2017 e stime della società.

MARR, che serve oltre 45.000 clienti del foodservice dei circa 180.000 potenziali in Italia (esclusi i bar), ha una market share in numerica di circa il 25% a fronte di un valore di oltre il 16%, quindi con un importante potenziale in crescita sui clienti già fidelizzati.

## **MARR**

### **I risultati economico-finanziari**

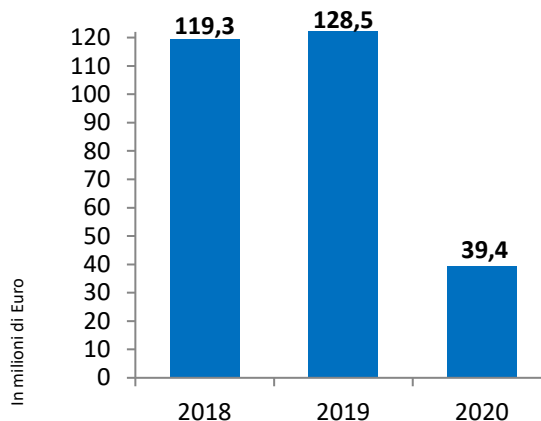
#### **Trend di crescita**

**Nel corso degli anni MARR ha confermato risultati economico-finanziari in crescita sia in termini di fatturato che di marginalità.**

#### **Ricavi per consolidati**

Nel 2020 il Gruppo ha subito le conseguenze della pandemia realizzando **ricavi totali consolidati** pari a **1.073,7 milioni di Euro**, rispetto ai 1.695,8 milioni di Euro del 2019<sup>3</sup> (ante pandemia).

#### **MARR** **EBITDA consolidato**



#### **EBITDA consolidato**

Il margine operativo lordo consolidato (**EBITDA**) nel 2020 si è attestato a **39,4 milioni di Euro** rispetto ai 128,5 milioni del 2019 (ante pandemia).

#### **Dati patrimoniali**

**Al 31 dicembre 2020, l'indebitamento finanziario netto** è stato di **192,3 milioni di Euro** (196,0 milioni a fine 2019).

**Il patrimonio netto consolidato a fine 2020** è stato pari a **338,1 milioni di Euro**, rispetto ai 339,8 milioni di Euro a fine 2019.

<sup>3</sup> dall'esercizio 2019 i dati sono espressi secondo il principio contabile dell'IFRS 16 che trova applicazione dal 1 gennaio 2019

## MARR

### Scheda di sintesi

<b>Sede</b>	Via Spagna, 20 - 47921 Rimini	
<b>Numero centri distributivi:</b>	41	
<b>Localizzazione centri:</b>	<p><b>MARR:</b> Rimini (n° 4), Riccione, Cesenatico (FC), Anzola dell'Emilia (BO), Costermano (VR), San Michele al Tagliamento (VE), Tai di Cadore (BL), Arco (TN), Opera (MI), Baveno (VB), Torino, Carasco (GE), Taggia (IM), Bottegone (PT), Portoferraio (LI), Uta (CA), Capena (RM), Roma, Casoria (NA), Ischia, Elice (PE), Monopoli (BA), Spezzano Albanese (CS), Cinisi (PA), Catania, Marzano (PV) e Pomezia (RM).</p> <p><b>New Catering:</b> Bologna, Forlì, Rimini, Perugia.</p> <p><b>Jolanda de Colò:</b> Palmanova (UD)</p> <p><b>Antonio Verrini:</b> Genova, Sanremo, Savona, Sestri Levante, Viareggio</p> <p><b>Chef:</b> San Clemente (RN)</p>	
<b>Numero "Cash &amp; Carry":</b>	5	
<b>Numero Agenti con deposito:</b>	2	
<b>Numero di Partnership:</b>	oltre 20	
<b>Impianti</b>	2 di lavorazione e stoccaggio 2 piattaforme di stoccaggio	
<b>Numero dipendenti:</b>	801 (numero medio 2020)	
<b>Consiglio di Amministrazione:</b>	Ugo Ravanelli Francesco Ospitali Claudia Cremonini Paolo Ferrari Marinella Monterumisi Alessandro Nova Rossella Schiavini	Presidente del Consiglio di Amministrazione Amministratore delegato Amministratore Amministratore Amministratore (indipendente) Amministratore (indipendente) Amministratore (indipendente)
<b>Collegio Sindacale:</b>	Massimo Gatto Andrea Foschi Simona Muratori Alvise Deganello Lucia Masini	Presidente Sindaco effettivo Sindaco effettivo Sindaco supplente Sindaco supplente
<b>Società di revisione:</b>	PricewaterhouseCoopers S.p.A.	