



**Il primo semestre 2020, dopo un lungo periodo di blocco delle attività nell'ambito della ristorazione extradomestica, si chiude con il mese di giugno caratterizzato da un positivo recupero della domanda.**

**Anche il mese di luglio conferma il progressivo ritorno alla normalità.**

**MARR rafforza l'approccio strategico e le linee guida definiti già all'inizio della pandemia con risultati conseguiti e prospettici in linea con le previsioni.**

#### **Highlights del primo semestre**

- **Ricavi totali a 447,1 milioni nel primo semestre con ricavi in giugno pari al 64% dello stesso mese dell'anno precedente (73% in luglio)**
- **Margine operativo lordo (EBITDA) in positivo al termine del semestre (0,5 milioni) grazie anche al recupero nel mese di giugno**
- **In giugno EPS positivo; il progressivo, a -0,21 Euro, soffre delle perdite accumulate nei tre mesi precedenti**
- **Confermata la solidità della struttura finanziaria**

Rimini, 3 agosto 2020 – Il Consiglio di Amministrazione di MARR S.p.A. (Milano: MARR.MI), Società leader in Italia nella commercializzazione e distribuzione al *foodservice* di prodotti alimentari e non, ha approvato in data odierna la relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2020.

L'impegno profuso da tutti i collaboratori della Società, unito alla professionalità e competenza che caratterizzano l'intera organizzazione, hanno consentito di superare il difficile momento di crisi nei consumi extradomestici garantendo la continua vicinanza alla clientela e rafforzando con essa il già solido rapporto di *partnership*.

#### **Linee guida di periodo**

L'approccio strategico e le conseguenti linee guida, fissate dalla Società già all'inizio dell'impatto sui consumi causato dal diffondersi della pandemia, hanno dimostrato di essere adeguati al particolare momento ed in grado di consentire a MARR di mantenere saldo il legame con i propri *partner* e quindi con il proprio Mercato di riferimento.

In particolare, sia le iniziative merceologiche e commerciali attuate che il livello di servizio garantito e modulato durante le varie e tra loro diverse fasi del *lockdown* e della successiva progressiva riapertura, hanno registrato riscontri positivi in quanto hanno assicurato al Mercato la corretta risposta alle esigenze nell'ambito di ciascuno specifico momento; a questo si aggiunge l'ausilio fornito allo sviluppo di opportunità di *business* venutesi di volta in volta a creare per gli operatori (*food-delivery*, *take away*, ecc.).

Analoga valutazione positiva va riservata alle attività svolte in coerenza con le "linee guida" meno commerciali e logistiche e più orientate alla gestione quali il rafforzamento della liquidità e l'oculata gestione dei crediti commerciali e dei costi operativi, avendo in ogni caso quale priorità la soddisfazione del Cliente.

Il tutto ha consentito a MARR, come si può desumere dai risultati del mese di giugno e dai valori preliminari dei ricavi di luglio, di cogliere pienamente ed immediatamente tutti i segnali di recupero della domanda.

Ciò avvalorava e conferma l'ipotesi, già presentata a maggio, di un terzo trimestre, e quindi il momento più significativo per le attività turistiche nazionali, con legittime aspettative di ripresa dei consumi e con la conseguente opportunità di riavvicinare i risultati di periodo a quelli caratteristici degli anni precedenti.

L'attesa per il progressivo riallineamento dei consumi sui valori registrati negli ultimi anni, è al momento confermata nel corso del secondo semestre del prossimo anno.

In questo ambito si ritiene interessante sottolineare come la già citata vicinanza a Mercato e Clienti passi attraverso figure operative molto importanti nel modello di business che caratterizza MARR e che



costituiscono il vero “*Touchpoint*” tra Azienda e Mercato. Si tratta dell’organizzazione commerciale e della rete logistico-distributiva che hanno, per ruolo, un’elevata e frequente vicinanza con la clientela.

La rete logistico-distributiva, che è costituita tra l’altro da 35 centri di distribuzione e da oltre 750 automezzi, assicura una capillare copertura del territorio nazionale.

Per quanto riguarda l’organizzazione commerciale, che comprende oggi oltre 850 Tecnici Commerciali, va invece evidenziato come gli ultimi mesi abbiano validato la bontà delle precedenti scelte di MARR basate su uno specifico progetto di “*phygital marketing*”; l’avvicinamento cioè dell’approccio “fisico” con quello “digitale” ottimizzando il contatto diretto del Cliente con l’Azienda mediante la corretta e bilanciata combinazione delle competenze e degli strumenti messi in campo.

In particolare si è confermata l’importanza di un rapporto personale tra il Tecnico-Commerciale ed il Cliente, che ha consentito e consente, ad esempio, di illustrare con adeguata competenza e profondità nuove linee di prodotto anche con elevato valore aggiunto. Questa attività viene affiancata da modalità “digitali” altrettanto importanti che consentono, ad esempio, di snellire le attività di riordino ed amministrative.

Questo approccio incrociato pone, come sempre MARR cerca di fare nelle proprie scelte, il Cliente al centro delle attenzioni aziendali in modo che questi possa sempre sentirsi “protetto” e possa sempre più concentrarsi sullo sviluppo del proprio business; ciò consente anche il rafforzamento della *brand loyalty* conseguente alla piena soddisfazione del Partner-Cliente.

La vicinanza al Cliente permette inoltre una tempestiva gestione del credito a cui viene dedicata grande attenzione con soluzioni modulate in base al merito creditizio.

### **Dati preliminari relativi all’avvio del terzo trimestre**

Dopo il positivo recupero della domanda nel mese di giugno, il mese di luglio rappresenta un ulteriore passo verso il progressivo ritorno alla normalità.

Rilevando infatti le vendite dei canali di riferimento (*Street Market e National Account*) si può osservare come, a fronte di un primo semestre in cui si è registrata una flessione media dei ricavi vicina al 50% rispetto al pari periodo dell’anno precedente, gli ultimi singoli tre mesi hanno presentato un trend degno di essere approfondito. In particolare la flessione in maggio è stata del 75%, in giugno del 46% ed in luglio del “solo” 28%. Si tratta di un trend che tiene conto sia delle riaperture di alberghi e ristoranti, ma anche della capacità di MARR di continuare a sovraperformare il mercato.

Oltre al positivo confronto con i dati rilevati dall’Ufficio Studi di Confindustria di seguito riportati, va osservato che ad oggi oltre l’85% dei Clienti di MARR, quindi ben oltre i livelli nazionali riportati da fonti recenti, ha ripreso in modo sostenuto la propria attività con consumi vicini al 90% del proprio singolo storico. Questi dati, riferiti all’intero territorio nazionale, presentano alcune disomogeneità sia a livello territoriale (ad oggi continua ad essere migliore e più significativa la ripresa nelle località montane e balneari rispetto a quella, più lenta e sofferta, nelle città d’arte a causa della diversa provenienza dei turisti rispetto al passato) che a livello di segmento. Infatti si rileva una più alta riapertura nell’ambito dei Clienti Ristoranti (circa il 90%) rispetto ai Clienti Alberghi (oltre il 75%) con analoga disomogeneità anche nei consumi rispetto allo storico.

I valori citati, in progressivo e costante miglioramento ormai da circa tre mesi, dimostrano principalmente due cose. La prima è che il mercato della ristorazione extradomestica, grazie alle professionalità che lo compongono, è vivo, in grado di reagire molto positivamente e tornerà certamente a rappresentare la dimensione che ormai lo caratterizzava negli ultimi anni. La seconda è che a fronte di un mercato in ripresa, la capacità di MARR di reagire e di perseguire obiettivi di crescita superiori a quelli del proprio mercato di riferimento, è invariata.

La somma di queste due componenti trova sintesi anche nel risultato, provvisorio gestionale, dei ricavi totali del mese di luglio che si posizionano a oltre 135 milioni di Euro (73% del pari periodo 2019).

### **Principali risultati consolidati al 30 giugno 2020**

I ricavi totali del primo semestre sono stati pari a 447,1 milioni di Euro e rispetto ai 793,0 milioni del 2019 hanno risentito del blocco delle attività turistiche e di ristorazione imposto dalle misure di contenimento della pandemia attuate in Italia a partire dalla fine di febbraio e fino allo scorso 18 maggio.

Conseguentemente l'EBITDA del primo semestre è stato di 0,5 milioni di Euro e, in rapporto ai 56,3 milioni del 2019, ha risentito della riduzione dei ricavi e della marginalità che in parte è stata mitigata dagli interventi sui costi fissi operativi, attuati senza far venire meno la vicinanza al Cliente e senza pregiudicare le opportunità di riapertura delle attività del *foodservice*. Tra le misure implementate, quelle che hanno interessato parte del personale hanno riguardato l'attento impiego dei vari strumenti giuslavoristici disponibili con conseguente contenimento del costo del lavoro.

L'EBIT dopo i primi sei mesi è stato di -16,4 milioni di Euro e rispetto ai 42,0 milioni del 2019 include anche l'effetto di un prudenziale incremento dell'accantonamento al fondo svalutazione crediti; complessivamente gli accantonamenti dei primi sei mesi del 2020 sono stati di circa 9 milioni di Euro.

Il risultato netto di periodo è stato di -14,0 milioni di Euro (con un EPS di -0,21 Euro) e si confronta con i 27,8 milioni di Euro del primo semestre 2019.

Al 30 giugno 2020 il capitale circolante netto commerciale è stato pari a 278,0 milioni di Euro, in miglioramento rispetto ai 288,9 milioni della fine del primo trimestre, anche per effetto di una riduzione delle scorte per oltre 30 milioni di Euro, che sono passate dai 179,1 milioni di Euro del 31 marzo scorso ai 148,3 milioni del 30 giugno 2020.

L'indebitamento finanziario netto si è attestato a 262,6 milioni di Euro ed è in miglioramento rispetto ai 275,4 milioni del 31 marzo 2020.

La posizione finanziaria netta include oltre 174 milioni di Euro di liquidità, in incremento in rapporto ai 127,9 milioni del 31 marzo scorso.

Il patrimonio netto consolidato al 30 giugno 2020 era pari a 326,8 milioni di Euro (300,7 milioni al 30 giugno 2019).

Alla fine dei primi sei mesi i citati incremento del Patrimonio Netto, riduzione della Posizione Finanziaria Netta e aumento della Liquidità confermano la solidità della struttura finanziaria del Gruppo.

L'ultima parte del semestre, e quindi il mese di giugno analizzato singolarmente, conferma un concreto inizio di avvicinamento a valori "normali" con ricavi totali attorno al -36% dello stesso mese dell'anno precedente e con un risultato netto con segno positivo. Si tratta di un andamento che presenta due elementi interessanti: da una parte conferma che la ripresa dei consumi è iniziata e che la mai rallentata vicinanza al Mercato di MARR è stata pienamente tradotta in risultato, dall'altra che superata la soglia di maggior criticità, la Società torna ad essere nella condizione di produrre redditività, qualità che l'ha sempre caratterizzata.

### **Risultati per segmento di attività del primo semestre 2020**

Alla fine dei primi sei mesi le vendite del Gruppo MARR sono state pari a 441,1 milioni di Euro (779,7 milioni nel 2019) e in particolare nel secondo trimestre si sono attestate a 181,4 milioni (450,4 milioni nel 2019) risentendo fino al 18 maggio del blocco delle attività turistiche e di ristorazione.

Nel secondo trimestre, stando alla più recente rilevazione dell'Ufficio Studi Confcommercio (Congiuntura n.7, luglio 2020), si è registrata, per la voce "Alberghi, pasti e consumazioni fuori casa" una flessione dei consumi (a quantità) del 73%, con -93% ad aprile, migliorato a -78% a maggio per effetto della rimozione del blocco alle attività del "fuori casa" dal 18 maggio e -51% a giugno.

Le vendite del primo semestre ai clienti della "Ristorazione Commerciale e Collettiva" (clienti delle categorie *Street Market* e *National Account*) sono state di 339,8 milioni di Euro rispetto ai 664,1 milioni del 2019, mentre le vendite alla "Ristorazione" nel secondo trimestre sono state pari a 130,3 milioni di Euro (390,8 milioni nel 2019) con una flessione 66,7%, inferiore a quella del mercato secondo il citato studio di Confcommercio.



Le vendite ai clienti della categoria dei “Wholesale” (grossisti) nel semestre sono state pari a 101,4 milioni di Euro (115,6 milioni nel 2019), mentre nel secondo trimestre si sono attestate a 51,1 milioni rispetto ai 59,6 milioni del 2019.

**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*, 3 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](http://www.marr.it)

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Pierpaolo Rossi, dichiara ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

\*\*\*

Si rende noto che la Relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2020, approvata in data odierna dal Consiglio di Amministrazione di MARR S.p.A., sarà resa disponibile in pari data, unitamente alla Relazione della Società di Revisione, nella Sezione Investor Relations del sito internet della Società alla pagina: [www.marr.it/investor-relations/bilanci-relazioni](http://www.marr.it/investor-relations/bilanci-relazioni) nonché presso la sede sociale e il meccanismo di stoccaggio autorizzato [www.emarketstorage.com](http://www.emarketstorage.com).

\*\*\*

I risultati del primo semestre 2020 saranno illustrati nel corso di una conference call con la comunità finanziaria, che si terrà oggi alle ore 17:30 (CET). La presentazione sarà disponibile nella sezione "Investor Relations - Presentations" del sito MARR ([www.marr.it](http://www.marr.it)) a partire dalle ore 17:15. Lo *speech* in Inglese della presentazione con la sintesi del Q&A verrà pubblicato nella sezione "Investor Relations - Presentations" (versione Inglese) dove sarà reso disponibile per 7 giorni a partire dalla mattina di martedì 4 agosto.

\*\*\*

#### Contatti press

Luca Macario  
[Imacario@marr.it](mailto:Imacario@marr.it)  
mob. +39 335 7478179

#### Investor relator

Antonio Tiso  
[atiso@marr.it](mailto: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.