



In previsione della piena ripresa del turismo e dei consumi alimentari fuori casa, MARR conferma la propria strategia e focalizza gli interventi a favore della sostenibilità e dello sviluppo digitale.

Il primo trimestre 2021 chiude con ricavi superiori rispetto all'andamento del mercato.

Finalizzata l'acquisizione delle attività del Gruppo Verrini con il conseguente ulteriore rafforzamento della presenza di MARR nell'ittico fresco.

Rimini, 6 aprile 2021 – MARR S.p.A. (Milano: MARR.MI) società leader in Italia nella commercializzazione e distribuzione al *foodservice* di prodotti alimentari e non-food chiude il primo trimestre dell'anno formalizzando l'acquisizione delle attività del Gruppo Verrini e con ricavi per vendite in linea con le attese.

Interventi a favore della sostenibilità e dello sviluppo digitale

Recenti dichiarazioni da parte del Presidente dell'ENIT Giorgio Palmucci forniscono elementi di conferma in merito alla validità ed efficacia delle strategie definite ed attuate da MARR. In particolare emerge la certezza che la piena ripresa del turismo consentirà entro il 2023, di tornare ai risultati del 2019 e che le componenti *Food* e *Made in Italy*, e quindi la "*food experience*" continuerà ad essere tra i principali motivi che spingeranno i visitatori internazionali a scegliere una meta piuttosto che un'altra.

Su questi due pilastri (certezza della ripresa e del ritorno alla nuova normalità e forte attenzione alla qualità e provenienza del cibo) si basa la strategia di consolidamento e di sviluppo di MARR avendo quale costante *fil rouge* il sempre confermato ed attuato approccio *customer in mind*.

In questo ambito ed in linea con le strategie di medio periodo definite e già in passato illustrate, si inseriscono i concreti interventi a favore di sostenibilità e sviluppo digitale.

La sostenibilità ambientale è un riferimento tenuto in grande evidenza nelle decisioni manageriali, ma si traduce anche in atti quotidiani il cui impatto risulta essere significativo.

Ad esempio ricordiamo come già da tempo MARR utilizza, per i propri imballaggi, materiale riciclato seppure assolutamente conforme con le normative previste per la movimentazione di prodotti alimentari, oppure come riserva una straordinaria attenzione al rispetto della sostenibilità delle produzioni o provenienze (es. la certificazione del processo di controllo della filiera ittica sostenibile oppure per il benessere animale relativo alla filiera delle galline ovaiole). A questo si aggiunge la più recente decisione di sviluppare e proporre ai ristoratori, e quindi ai consumatori finali, una ancor più ampia gamma merceologica proveniente da produzioni locali o perlomeno nazionali la cui commercializzazione e distribuzione fisica è favorita dal network distributivo, unico in Italia, che caratterizza MARR, con oltre 40 unità logistiche operative sul territorio nazionale.

Ne è un chiaro esempio la nuova linea di prodotti del territorio "*Della Nostra Terra*" che comprende eccellenze italiane certificate IGP, DOP o rientranti nell'elenco PAT.

In questo ambito si inserisce anche il progetto "*MARR Easy Menu*" che, oltre a garantire al Cliente ristoratore un supporto nella miglior gestione della attuale incertezza conseguente ad aperture/chiusure, riduce drasticamente i potenziali sprechi e si aggiunge alle ormai ben sperimentate linee per le attività di *delivery* e *take away*, anche non emergenziali.

Le attività di MARR in ambito ESG sono illustrate nell'apposita sezione del sito web in cui è stata anche pubblicata la Dichiarazione Consolidata di carattere Non Finanziario 2020 (www.marr.it/sostenibilita) redatta secondo le linee guida per il reporting di sostenibilità del GRI.

Il fronte dello sviluppo digitale, anche se apertosi più recentemente seppure da tempo sia operativo un sistema EDI per i Clienti più strutturati, è già una concreta realtà per MARR e per la propria Clientela.

Oltre ad aver adottato da tempo il concetto di *phygital marketing*, le nuove frontiere riguardano principalmente la nuova app "*myMARR*". Attraverso questa applicazione 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.

Questo approccio, unito a tutte le componenti e risorse che caratterizzano MARR e che l'hanno resa leader di mercato, è ovviamente a servizio del Cliente ed in grado di fornire risposte immediate alle esigenze di oggi e soprattutto del sempre più vicino domani con la piena ripresa dei consumi.

Andamento dei ricavi al termine del primo trimestre 2021

I primi tre mesi dell'anno sono ancora difficilmente confrontabili con il pari periodo dell'anno precedente quando la pandemia aveva iniziato a produrre i propri effetti dall'inizio del mese di marzo. Nel trimestre, pur risentendo significativamente delle crescenti restrizioni sulle attività connesse a turismo e ristorazione extradomestica, MARR ha conseguito ricavi totali (dato gestionale provvisorio) pari a oltre 185 milioni di Euro che si confrontano con i circa 262 milioni dell'analogo periodo del 2020. La flessione ha avuto dinamiche disomogenee nell'ambito di una situazione di mercato assolutamente non confrontabile. A fronte della significativa contrazione nei primi due mesi, nel mese di marzo si è registrato un trend decisamente positivo nonostante le pesanti limitazioni sanitarie.

La flessione dei ricavi del trimestre (-29% circa) si confronta con consumi che, a valore, riteniamo si possano attestare, nel periodo, attorno al -32% (tale valore è una stima della società che tiene conto per gennaio e febbraio dei dati a quantità elaborati dall'Ufficio Studi di Confcommercio (marzo 2021) – alberghi, pasti e consumazioni fuori casa – rispettivamente -58% e -42,6%, e per il mese di marzo di valutazioni interne).

Anche nel periodo in esame MARR ha quindi ottenuto ricavi superiori all'andamento del mercato confermando la propria posizione di leadership.

Acquisizione delle attività di lavorazione e di commercializzazione di prodotti ittici del Gruppo Verrini

A seguito dell'assenso da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, MARR ha concluso l'operazione di acquisizione delle due Società del Gruppo Verrini (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, continuerà ad operare in Liguria e Versilia attraverso i 5 centri distributivi di cui già dispone ed avrà 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) proseguirà le attuali attività di lavorazione di prodotti ittici per la loro commercializzazione sia direttamente che attraverso la struttura delle filiali MARR operanti nelle aree limitrofe.

La responsabilità operativa e gestionale della Antonio Verrini S.r.l. è affidata all'Amministratore Delegato Manuel Verrini che sarà coadiuvato dal Consiglio di Amministrazione che è composto, oltre che da lui, da Francesco Ospitali e da Ugo Ravanelli (con la funzione di Presidente).

Per quanto riguarda Chef S.r.l. il coordinamento della gestione operativa è affidato ad Andrea Piccioni che risponderà all'Amministratore Unico Pierpaolo Rossi.

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.

L'acquisizione ha previsto una valorizzazione (inclusa l'assunzione di debiti) di 8 milioni di Euro, con una parte di pagamento dilazionato a 12 mesi, oltre ad un *earn out* a favore dei venditori, sino ad un massimo di 2 milioni di Euro, legato al raggiungimento di specifici risultati nel 2022.





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 40 centri di distribuzione, 5 *cash&carry*, 2 agenti con deposito e si avvale di oltre 750 automezzi.

MARR ha realizzato nel 2020 ricavi totali consolidati per 1.073,7 milioni di Euro (1.695,8 milioni nel 2019 ante pandemia) con un EBITDA consolidato di 39,4 milioni di Euro (128,5 milioni nel 2019).

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

Contatti press

Luca Macario
Imacario@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.