

## **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

Luca Macario  
Mobile: 335 7478179  
lmacario@marr.it

Rimini, Aprile 2020

## MARR

### Dove c'è ristorazione

Leader in Italia

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

Da giugno 2005 la società è quotata sul segmento Star di Borsa Italiana.

Ricavi per circa 1,7 miliardi di Euro

Il Gruppo MARR nell'esercizio 2019 ha realizzato ricavi totali per **1.695,8 milioni di Euro**, con un **EBITDA di 128,5 milioni di Euro** e un **EBIT di 99,1 milioni**.

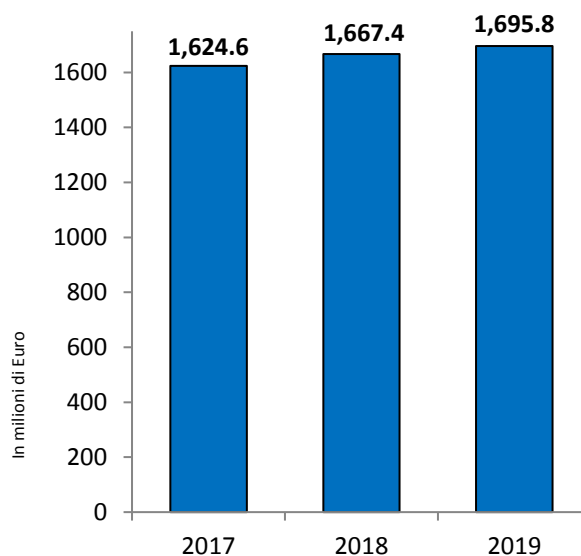
I clienti e i prodotti

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.

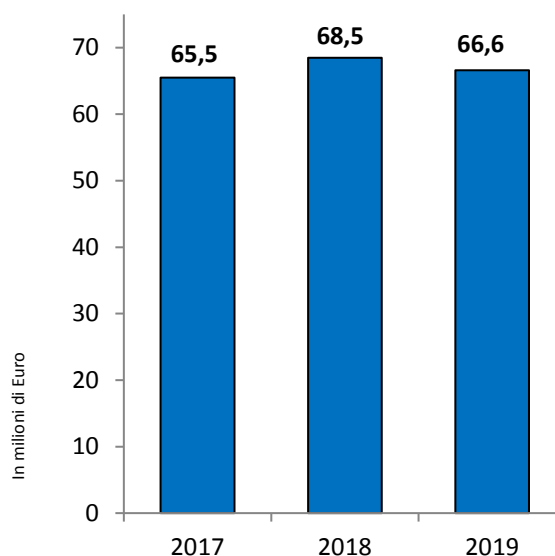
#### MARR

##### Ricavi totali consolidati



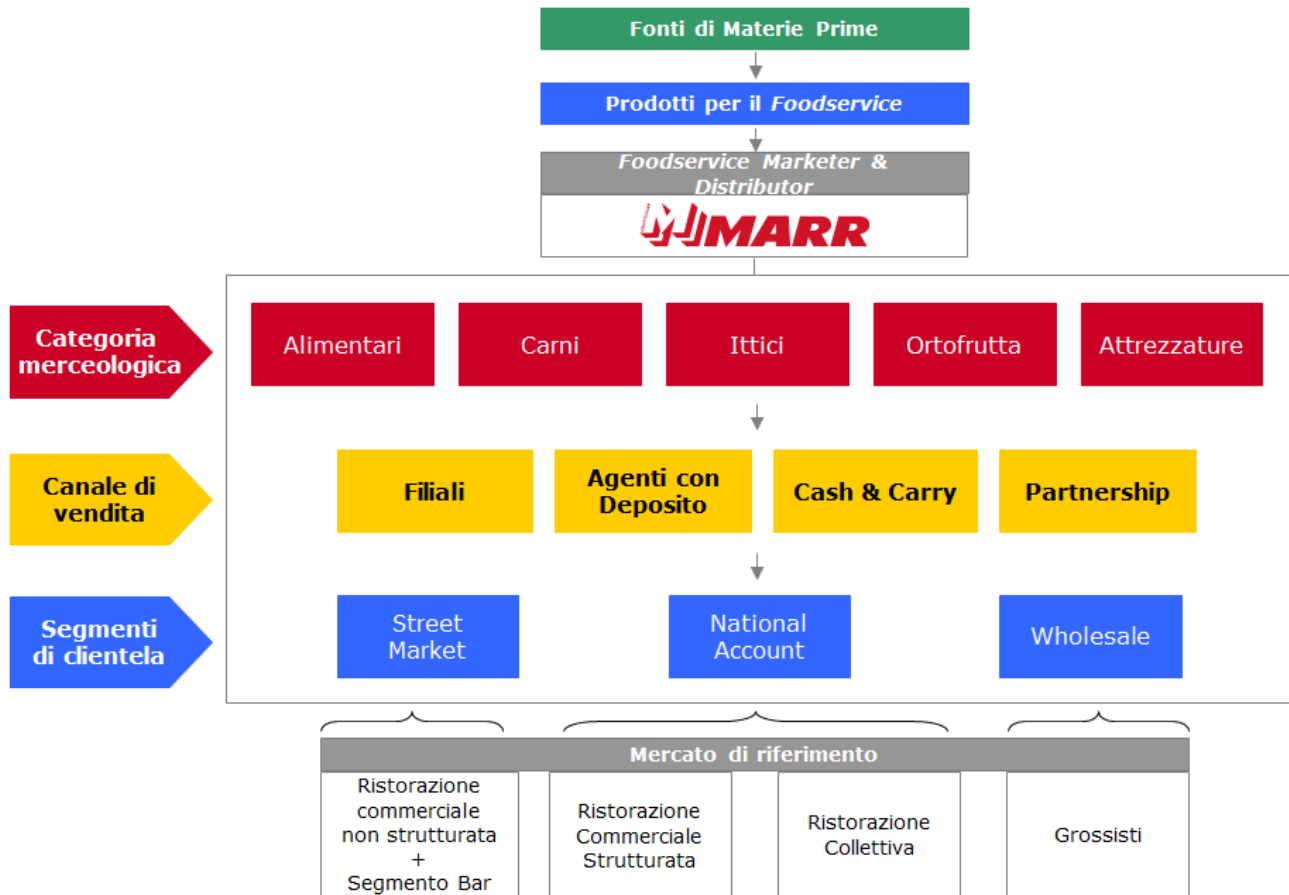
#### MARR

##### Utile netto consolidato



## 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.

#### 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.**

**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.**

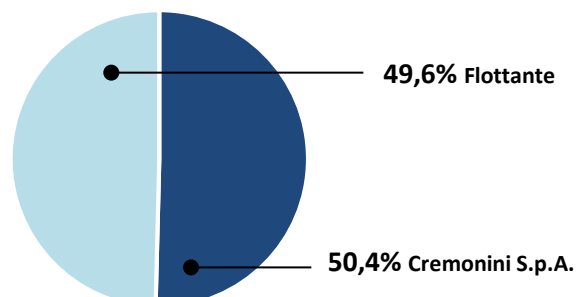
**Dipendenti e tecnici commerciali** **I dipendenti del Gruppo MARR sono circa 800, a cui si aggiungono oltre 850 tecnici commerciali.**

**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 –con un flottante del 49,6%.

**MARR**  
**Gli azionisti**



<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 18 marzo 2020.

## 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.

**35 centri di distribuzione e oltre 750 automezzi** La rete distributiva è costituita da **35 centri di distribuzione, 5 cash&carry e 4 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".

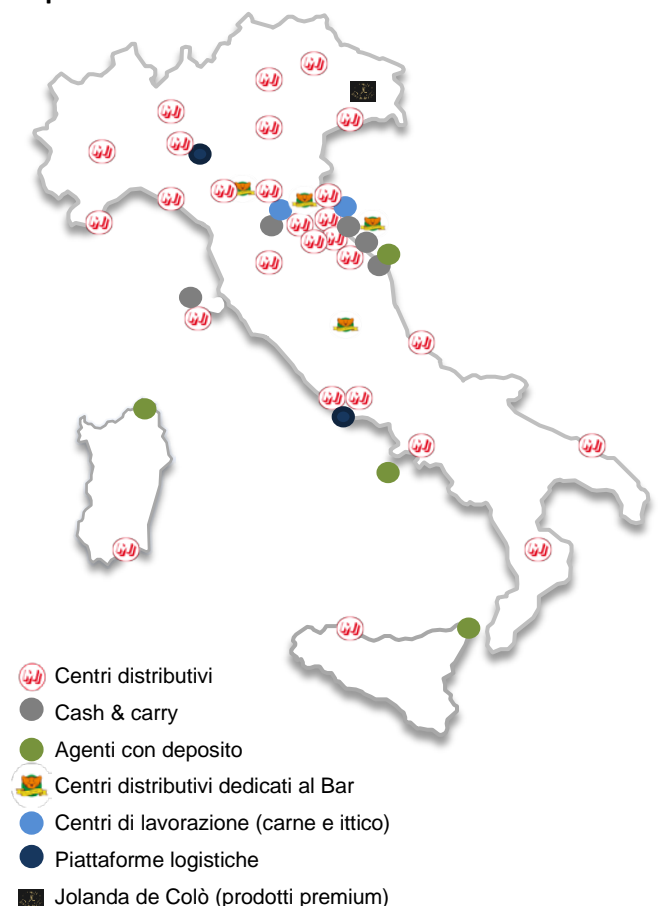
**Piattaforme logistiche** Ai centri di distribuzione rivolti ai clienti si affiancano le **piattaforme logistiche** che **ottimizzano i flussi in entrata dai fornitori e la distribuzione interna ai centri di distribuzione**, fungendo anche da **centri di stoccaggio**. Tali strutture sono inoltre **specializzate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

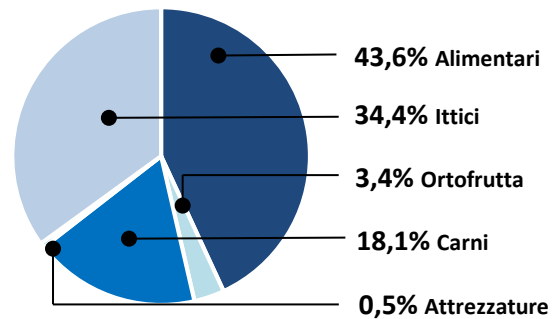
**MARR dispone di un'offerta ampia,** articolata sia per tipologia di prodotto che per tipologia di conservazione. In particolare, le tipologie di prodotto sono articolate in:

**Mix di vendita per tipo prodotto**

- **alimentari** (43,6% dei ricavi di vendita);
- **ittici** (34,4%);
- **carni** (18,1%);
- **ortofrutta** (3,4%);
- **attrezzature** (0,5%).

### MARR

**Ricavi per tipologia di prodotto (2019)**



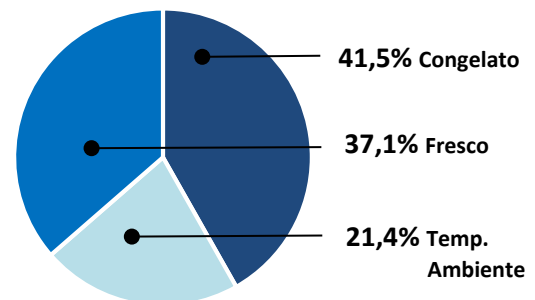
**Tipologie di conservazione**

**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 (2019)**



**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.

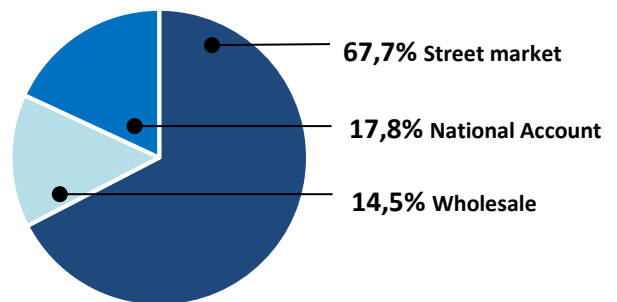
**Il portafoglio clienti di MARR è suddiviso in 3 segmenti:**

**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 (2019)**



**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).



## 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
- 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"
- Disciplinare tecnico per l'etichettatura delle carni bovine di cui al Reg. (CE) 1760/2000 - IT 124 ET

### 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.

## 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.
- 1983** 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.
- 1998/1999** **Vengono 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** MARR acquisisce **Sogema S.p.A.**, società operante in Piemonte e Valle d'Aosta.
- 2005** A febbraio viene acquisito il ramo d'azienda di **Sfera Srl, operante in Romagna, Marche e Umbria**.
- Il 21 giugno **le azioni MARR sono ammesse alla negoziazione sul segmento STAR** di Borsa Italiana.
- A settembre, **viene acquisita AS.CA.**, società bolognese che si inserisce nel piano di sviluppo nelle grandi città.
- 2006** A febbraio, **viene acquisito il ramo d'azienda di distribuzione al foodservice di Prohoga**, società operante in Trentino Alto Adige.
- 2007** A gennaio viene sottoscritto il closing per l'acquisto di **New Catering**, azienda di Forlì che permette a MARR di entrare nel segmento della distribuzione alimentare a bar e ristorazione veloce.

Nei primi giorni di aprile iniziano le attività operative presso il nuovo centro distributivo di **MARR Toscana** a Bottegone (Pistoia).

Nel mese di giugno **MARR si rafforza nel segmento dell'ittico fresco** acquisendo, attraverso la controllata Baldini Adriatica Pesca s.r.l., il ramo d'azienda della **F.Ili Baldini S.r.l.**, azienda leader nella distribuzione di molluschi freschi.

A settembre viene finalizzato l'acquisto del ramo d'azienda della società **Cater**, specializzata nella fornitura alla ristorazione collettiva. Con l'operazione MARR acquisisce un secondo centro distributivo su Roma.

Nel mese di dicembre, MARR formalizza l'**acquisto del ramo d'azienda di Jolly Hotel**, primaria catena alberghiera nazionale, relativo alla distribuzione di prodotti alimentari agli alberghi del Gruppo NH in Italia.

**2008**

Ad inizio febbraio, MARR finalizza il closing per rilevare 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.

A metà luglio viene finalizzato l'acquisto di **Emigel**, società di Bentivoglio (BO), attiva nella distribuzione alimentare a bar e ristorazione veloce. Dopo l'acquisto di **New Catering** (gennaio 2007), il gruppo MARR conferma la sua strategia di consolidamento del settore della distribuzione al bar.

**2009**

Nei primi mesi dell'anno viene finalizzato l'acquisto dei rami d'azienda **Baldini** (gennaio) e **Minerva** (febbraio).

**2012**

MARR celebra **40 anni di attività**, durante i quali è diventato il gruppo leader nella distribuzione alimentare al foodservice in Italia.

Ai primi di settembre hanno decorrenza i contratti per l'affitto dell'azienda della Lelli Lino e figli srl ("**Lelli**") e la locazione dei relativi immobili, ubicati ad Anzola dell'Emilia (Bologna), in cui è svolta l'attività di distribuzione di prodotti alimentari al foodservice e di Cash and Carry.

**2013**

In data 23 febbraio 2013 ha decorrenza 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.

- 2014** In data 12 marzo è sottoscritto il contratto per l'acquisto dell'azienda Scapa, di cui MARR aveva in gestione le attività dal 2013 con un contratto di affitto d'azienda.
- In data 31 marzo 2014 MARR S.p.A. 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.
- In data 28 maggio 2014 la controllata Sfera S.p.A. sottoscrive il contratto di acquisto dell'azienda "Lelli" di cui aveva già in gestione le attività dal 3 settembre 2012 attraverso contratto di affitto d'azienda. Successivamente, la controllata ha concesso in affitto il ramo d'azienda "Lelli" alla MARR S.p.A. che lo gestisce, a partire dal 1° novembre 2014, tramite la nuova filiale MARR Bologna, con sede in Anzola dell'Emilia.
- In data 1 giugno 2014 ha efficacia la fusione per incorporazione della controllata EMI.GEL S.r.l. nella controllata New Catering S.r.l., con effetti fiscali e contabili dal 1 gennaio 2014.
- 2015** In data 1 giugno 2015 è stata acquisita **SAMA S.r.l.**, società di Zola Predosa (Bologna), specializzata nella distribuzione di prodotti alimentari al bar e alla ristorazione veloce. Con oltre 6 milioni di Euro di fatturato nel 2014 e un'organizzazione di vendita di oltre 10 venditori, SAMA è un riferimento nella distribuzione ai bar nelle aree di Bologna, Modena e Reggio Emilia.
- Ad ottobre Sama viene fusa per incorporazione in New Catering, che si conferma realtà leader nella distribuzione alimentare al segmento bar con 4 centri di distribuzione (Forlì, Bologna, Rimini e Perugia), oltre 7.000 clienti serviti e oltre 30 milioni di euro di fatturato su base annua.
- 2016** In data 4 aprile è stata 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.
- In data 1 ottobre la DE.AL. S.r.l. ha concesso in affitto il ramo di azienda alla controllante MARR S.p.A. che da tale data lo gestisce attraverso la filiale **MARR Adriatico**.
- In data 30 dicembre è stata acquisita **Speca Alimentari**, società di Baveno (Verbania) localizzata sul **Lago Maggiore**. Con oltre 11 milioni di Euro di vendite su base annua, un'esperienza di oltre 30 anni nella distribuzione alimentare e un centro distributivo di oltre 2 mila metri quadri localizzato per servire la parte occidentale del Lago Maggiore, rafforza la presenza MARR nella zona. Il 1 gennaio 2017 – in forza dell'affitto dell'azienda Speca Alimentari S.r.l. a MARR S.p.A. – prende avvio l'attività della Filiale MARR Speca Alimentari.
- 2019** Il 13 novembre MARR S.p.A ha acquistato 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)** con oltre 21 milioni di Euro di vendite nell'esercizio 2018 e circa 5.000 clienti serviti con oltre 2.000 prodotti dell'eccellenza culinaria.

Jolanda de Colò fondata nel 1976 dalla famiglia Pessot – de Colò ed inizialmente attiva nella produzione di carni, negli anni ha esteso la propria attività nella distribuzione di specialità alimentari. In particolare la vendita di prodotti non lavorati è cresciuta progressivamente fino a rappresentare oltre il 70% delle vendite, che per circa il 90% sono concentrate nel canale Ho.re.ca. e per il 93% circa in Italia.

Jolanda de Colò opera attraverso un centro distributivo e di produzione con una superficie coperta di oltre 6.000 metri quadri ubicato a Palmanova (Udine).

## **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 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**

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

#### **Ricavi per 1.695,8 milioni di Euro**

Più in particolare, nel 2019<sup>3</sup> il Gruppo ha realizzato **ricavi totali consolidati** pari a **1.695,8 milioni di Euro**, rispetto ai 1.667,4 milioni di Euro del 2018.

#### **EBITDA consolidato di 128,5 milioni di Euro**

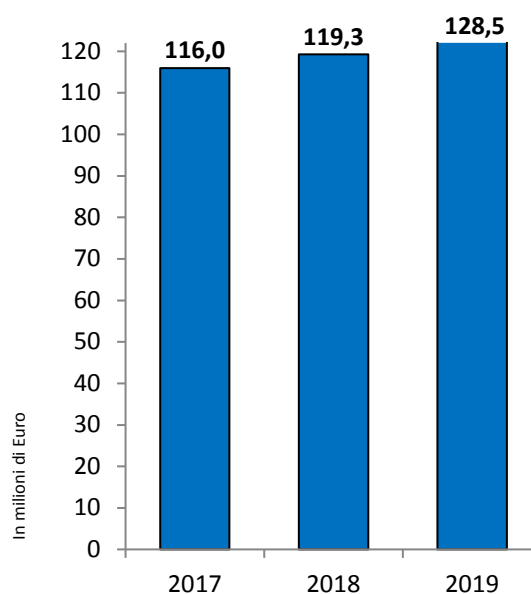
Il margine operativo lordo consolidato (**EBITDA**) ha raggiunto i **128,5 milioni di Euro** (119,3 nel 2018).

Il reddito operativo consolidato (**EBIT**) è stato pari a **99,1 milioni di Euro** (99,2 nel 2018).

#### **Utile netto a 66,6 milioni di Euro**

L'**utile netto consolidato** è stato pari a **66,6 milioni di Euro** e include oneri non ricorrenti per 0,6 milioni, rispetto ai 68,5 milioni nel 2018 che avevano beneficiato di proventi non ricorrenti per 0,8 milioni.

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



#### **Dati patrimoniali**

**Al 31 dicembre 2019, l'indebitamento finanziario netto** è stato di **196,0 milioni di Euro** (156,6 milioni a fine 2018) e con un rapporto posizione finanziaria netta su EBITDA pari a 1,5.

**Il patrimonio netto consolidato a fine 2019** è stato pari a **339,8 milioni di Euro**, rispetto ai 324,3 milioni di Euro a fine 2018.

<sup>3</sup> i dati dell'esercizio 2019 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>	35	
<b>Localizzazione centri:</b>	Rimini (n° 5), Riccione, Cesenatico (FC), Bologna, Opera (MI), San Michele al Tagliamento (VE), Tai di Cadore (BL), Capena (RM), Uta (CA), Carasco (GE), Taggia (IM), Portoferraio (LI), Casoria (NA), Monopoli (BA), Cinisi (PA), Torino, Spezzano Albanese (CS), Arco (TN), Forlì, Bottegone (PT), Roma, Costermano (VR), Anzola dell'Emilia (BO), Marzano (PV), Pomezia (RM), Zola Predosa (BO), Elice (PE), Baveno (VB), Perugia, Cervia (RA) e Palmanova (UD).	
<b>Numero "Cash &amp; Carry":</b>	5	
<b>Numero Agenti con deposito:</b>	4	
<b>Numero di Partnership:</b>	oltre 20	
<b>Impianti:</b>	2 di lavorazione e stoccaggio 2 piattaforme di stoccaggio	
<b>Numero dipendenti:</b>	843 (numero medio 2019)	
<b>Consiglio di Amministrazione</b>	Ugo Ravanelli	Presidente del Consiglio di Amministrazione
	Francesco Ospitali	Amministratore delegato
	Claudia Cremonini	Amministratore
	Vincenzo Cremonini	Amministratore
	Marinella Monterumisi	Amministratore (indipendente)
	Alessandro Nova	Amministratore (indipendente)
	Rossella Schiavini	Amministratore (indipendente)
<b>Collegio Sindacale:</b>	Massimo Gatto	Presidente
	Andrea Foschi	Sindaco effettivo
	Simona Muratori	Sindaco effettivo
	Alvise Deganello	Sindaco supplente
	Lucia Masini	Sindaco supplente
<b>Società di revisione:</b>	PricewaterhouseCoopers S.p.A.	