

**Il Mercato, con la riapertura dei servizi di ristorazione al tavolo fino alle ore 18.00, nelle prime settimane di febbraio conferma che i consumi alimentari fuori casa rimangono una voce di spesa importante ed un'abitudine irrinunciabile per gli italiani.**

**L'andamento delle vendite di MARR nella seconda metà del 2020, pur risentendo delle restrizioni sulle attività commerciali nel quarto trimestre, evidenzia un trend in recupero rispetto il primo semestre 2020 posizionando nell'anno i ricavi totali a oltre 1 miliardo e 70 milioni di Euro.**

**Tali risultati confermano la validità dell'approccio integrato di MARR incentrato sul servizio al Cliente, che pone le basi per un ulteriore rafforzamento della propria presenza sul Mercato.**

*Rimini, 19 febbraio 2021* – MARR S.p.A. (Milano: MARR.MI) società leader in Italia nella commercializzazione e distribuzione al *foodservice* di prodotti alimentari e non-food, nel secondo semestre 2020, pur risentendo delle restrizioni sulle attività commerciali di ristorazione nell'ultima parte dell'anno, ha registrato un andamento delle vendite in recupero rispetto il primo semestre posizionando nell'intero anno i ricavi totali a oltre 1 miliardo e 70 milioni di Euro. In particolare nella seconda metà del 2020 i ricavi si sono attestati a circa 70% dello storico 2019, in recupero rispetto a circa il 60% del primo semestre e in miglioramento rispetto all'andamento del Mercato. A tale miglioramento ha contribuito il terzo trimestre in cui si è assistito, nel momento in cui le condizioni l'hanno consentito, a una progressiva ripresa dei consumi fuori casa con vendite di MARR alla categoria dei ristoranti che nel mese di settembre hanno raggiunto e superato il 90% rispetto allo storico del 2019 associate anche ad un recupero della marginalità operativa. Il quarto trimestre, che era iniziato con una prima parte di ottobre sui livelli del terzo trimestre, è stato penalizzato dalle progressive misure restrittive sulle attività commerciali di ristorazione ovvero con il solo *take away* e *delivery* consentiti, culminate con le limitazioni agli spostamenti durante le festività natalizie che è storicamente il periodo più importante del quarto trimestre per le attività di ristorazione.

Le *performances* di MARR nell'anno 2020 sono il risultato anche dell'approccio strategico di vicinanza al Cliente perseguito da MARR attraverso: i) la propria organizzazione commerciale, con la conferma dell'importanza del ruolo dei Tecnici Commerciali nel rafforzare, grazie alla propria professionalità e competenza, la relazione con il Cliente proponendo soluzioni di prodotto-servizio mirate alle esigenze del momento; ii) un insieme di strumenti anche digitali volti a supportare la rete di vendita nella relazione e nel fornire servizio per il Cliente; iii) un network logistico-distributivo modulato per garantire finestre operative e di consegna funzionali alle esigenze del Cliente.

Tra le iniziative al servizio del Cliente attuate, oltre all'ausilio fornito allo sviluppo di opportunità di business venutesi di volta in volta a creare per gli operatori (*food-delivery*, *take away*, etc), si rammentano anche quelle per la monetizzazione dei contributi governativi (es. gestione del "Bonus vacanze" e del "Bonus affitti") e l'offerta di prodotti del territorio e del *Made in Italy* che, oltre a valorizzare le eccellenze alimentari italiane, è risultata funzionale all'ottenimento del "Bonus Filiera" conclusosi lo scorso 15 dicembre.

La vicinanza dell'organizzazione commerciale al Mercato ha permesso inoltre di attuare un approccio mirato nella gestione del credito volto al contenimento del rischio e a sostenere la ripresa dei consumi.

La corretta gestione del capitale circolante e la salvaguardia delle disponibilità finanziarie per affrontare la fase corrente e supportare la crescita, hanno permesso a MARR di disporre a fine 2020 di oltre 240 milioni di Euro di liquidità con un indebitamento finanziario netto nell'intorno di quello di fine 2019 che era stato pari a 196 milioni.

Nella prospettiva della crescita e del rafforzamento di MARR sul territorio, proprio in questi giorni si vanno ultimando i lavori per l'apertura, prevista ad inizio del secondo trimestre, di una nuova filiale a

Catania, struttura destinata alla migliore copertura della Sicilia Orientale con conseguente incremento del livello di servizio offerto.

Il Mercato delle prime settimane di febbraio 2021, con la riapertura dei servizi di ristorazione al tavolo fino alle ore 18.00, ha evidenziato un significativo recupero di attività nei segmenti della ristorazione commerciale e collettiva (segmenti dello Street Market e del National Account) a conferma che i consumi alimentari fuori casa rimangono una voce di spesa importante per gli italiani.

In questo scenario MARR intende proseguire dando attenzione alle 5 priorità strategiche fissate fin dall'inizio della pandemia, ovvero: rafforzamento della liquidità; corretta gestione dei costi operativi; consolidamento della posizione di leadership; individuazione di nuove opportunità di business; ulteriore rafforzamento della propria posizione competitiva, a cui si aggiunge un'incrementata attenzione alle tematiche ESG. Tutto ciò con la consapevolezza che la ripresa della ristorazione fuori casa sia parte irrinunciabile dello stile di vita degli italiani nonché punto di forza dell'offerta turistica del Paese che premierà sempre di più gli operatori maggiormente strutturati che con organizzazione, professionalità e competenza si distingueranno per innovazione e servizio. Un contesto rispetto al quale MARR con la propria leadership e grazie alle proprie risorse, idee, competenze e strutture svolgerà un ruolo attivo verso il consolidamento del settore delle forniture alimentari al *foodservice* proseguendo nel percorso di rafforzamento della propria presenza sul mercato così come avvenuto anche nel corso dell'anno 2020.

**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*, 2 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.

\*\*\*

#### Contatti press

Luca Macario  
[lmacario@marr.it](mailto:lmacario@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.