

LA SOCIETÀ LEADER NELLA COMMERCIALIZZAZIONE E DISTRIBUZIONE

# Marr ha limitato i danni Ricavi per oltre un miliardo

Cinque priorità strategiche da inizio pandemia: liquidità, corretta gestione dei costi, consolidamento della leadership, nuovi business, competitività

RIMINI

NICOLA STRAZZACAPA

L'inaugurazione del nuovo maestoso moderno Centro Direzionale con tanto di Academy di alto livello in via Pasquale Tosi a Santarcangelo (ha accorpato in uno spazio di circa 4.800 metri quadri destinato a oltre 150 dipendenti tutte le funzioni di sede prima dislocate in varie strutture), ricavi per oltre un miliardo di euro e oltre 240 milioni di euro di liquidità: in attesa del Consiglio di Amministrazione per l'approvazione del bilancio consolidato e del progetto di bilancio dell'esercizio 2020 in programma lunedì 15 marzo, si può già intravedere come Marr Spa esca dall'anno più difficile dal dopoguerra a oggi, quello della pandemia da Coronavirus, con diverse luci in un panorama complessivo che non può certo essere all'insegna dei segni più. È quanto emerge da una nota in cui la società leader in Italia nella commercializzazione e distribuzione al foodservice di prodotti alimentari e non-food traccia una panoramica generale.

Un 2020 sull'altalena

Il lockdown di primavera ha spinto il primo semestre a un -40% di ricavi rispetto al 2019. Il secondo semestre, pur risentendo delle restrizioni sulle attività commerciali di ristorazione nell'ultima parte del 2020 (il periodo natalizio è ovviamente il più florido), ha visto però Marr Spa registrare un recupero dei fatturati: i ricavi si sono infatti assestati in un 70% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente e in miglioramento rispetto all'andamento del mercato. E questo ha portato i ricavi totali del 2020 a oltre 1 miliardo e 70 milioni di euro. A tale miglioramento ha contribuito in particolare 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 alla categoria dei ristoranti che a settembre hanno raggiunto e superato il 90% rispetto allo storico del 2019.

Bonus filiera e gestione del credito.

Il 2020 ha comportato anche la necessità di un ulteriore sviluppo dell'approccio strategico di vicinanza al cliente e Marr Spa spiega di averlo attuato su più direttrici: in primis proponendo soluzioni di prodotto-servizio mirate alle esigenze del momento, quindi attraverso un insieme di strumenti anche digi-



Lo stabilimento della Marr

tali per supportare la rete di vendita, ma anche con un network logistico-distributivo modulato per garantire finestre operative e di consegna funzionali alle esigenze del cliente. Fra queste le nuove opportunità di business per gli operatori (food-delivery o take away) e quelle di supporto per la monetizzazione dei contributi governativi con l'offerta di prodotti del territorio e del made in Italy risultata funzionale all'ottenimento del "Bonus Filiera" conclusosi il 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 soste-

LASPERANZA  
DI RIPARTIRE

Ripartenza nella «consapevolezza che la ripresa della ristorazione fuori casa sia parte irrinunciabile dello stile di vita degli italiani»

ne la ripresa dei consumi» aggiunge la società nella nota, spiegando che «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». E rivelando: «Nella prospettiva della crescita e del rafforzamento sul territorio, proprio in questi giorni si stanno ultimando i lavori per l'apertura di una nuova filiale a Catania prevista per la seconda metà del 2021, struttura destinata alla migliore copertura della Sicilia orientale con conseguente incremento del livello di servizio offerto».

Il 2021 e la spinta dei servizi al tavolo.

«Il mercato delle prime settimane di febbraio 2021, con la riapertura dei servizi di ristorazione al tavolo fino alle 18, ha evidenziato un significativo recupero di attività nei segmenti

della ristorazione commerciale e collettiva a conferma che i consumi alimentari fuori casa rimangono una voce di spesa importante per gli italiani» guarda al futuro Marr, ribadendo le 5 priorità strategiche fissate fin dall'inizio della pandemia: «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 (degli investimenti responsabili ndr)».

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 distinguono per innovazione e servizio».