

*L'insegna chiude in Italia l'esercizio '22-23 con ricavi per 2 mld (+9,4%)*

06901

06901

# Metro, 2024 multicanale

## I prodotti a marchio valgono 622 mld (+26%)

DI MARCO LIVI

**M**etro Italia chiude l'esercizio 2022-23 con ricavi complessivi in crescita del 9,4%, sfiorando la soglia dei due miliardi di euro (precisamente 1,97 mld). La gran parte del giro d'affari (77%) arriva dal canale di vendita cash & carry, con un fatturato da 1,5 miliardi (+6,5%) ma «nel nuovo anno porteremo avanti la nostra Strategia 2030 con tre obiettivi ben chiari: consolidare il nostro business multicanale, rispondere sempre meglio alle richieste dei nostri clienti con un assortimento declinato sulle loro esigenze, ridurre l'impatto delle nostre operazioni sull'ambiente per confermarci come partner d'eccellenza per i professionisti dell'horeca (hotellerie-restaurant-café, ndr)», dichiara **Arnoud J. van Wingerde**, a.d. di Metro Italia.

Quindi, in Italia, l'insegna specializzata nel commercio all'ingrosso nel settore horeca (che fa parte dell'omonimo gruppo internazionale, con sede principale in Germania e un business complessivo da 30,6 miliardi di euro, su del 2,7%) conferma che vuole accelerare sulla multicanalità. In particolare, il canale Food service distribution (Fsd) archivia l'esercizio 2022-23 con un fatturato di 434 milioni di euro (+17,3 %

sul 2021-2022) mentre il mercato online (lanciato nel luglio 2022, nella forma del marketplace aperto a tutti) ha chiuso con un controvalore da 12,6 milioni.

Oggi Metro si appoggia nella Penisola su 49 punti vendita, dislocati in 16 regioni, con due depositi per il canale Food service distribution e circa 4 mila dipendenti. Le referenze gestite dall'insegna sono circa 30 mila, di cui 23.700 nel mondo alimentare e altre 6.300 non food. Ancora più nel dettaglio, il 23% delle referenze food sono locali (nell'ordine delle 7 mila referenze); i prodotti a marchio Metro, di contro, riuniscono 3.500 referenze circa, sviluppando un fatturato per 622 milioni di euro di fatturato, su del 25,7 % rispetto al 2021-2022.

Infine, dal punto di vista Esg (Environmental, social, governance), Metro Italia ha ridotto i propri consumi di energia e materie prime, dopo aver rinnovato i banchi refrigerati e gli impianti di refrigerazione negli store di Cesano, Como, Castellanza, Genova, Merano, che utilizzano adesso solo refrigeranti naturali (CO2). In parallelo sono stati cambiati pure gli impianti di illuminazione con nuove lampade a Led e nuovi sistemi di regolazione negli store di Cesano, Cinisello e Como.

— © Riproduzione riservata — ■



L'online, nella forma del marketplace, genera 12,6 mln di ricavi

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 6901 - L.1747 - T.1746



Superficie 34 %