Metro Italia, fatturato a 1,73 miliardi nell’anno fiscale 2018/2019

metro-03c7a23a

Con un **fatturato di 1,73 miliardi di euro** nell’anno fiscale 2018/2019, **Metro Italia** conferma la solidità della propria strategia commerciale, sempre più focalizzata sul settore Horeca, dove registra un **incremento complessivo delle vendite dell’1,4%**.

L'azienda cavalca il trend positivo del mercato dei consumi fuori casa, che risulta essere tra i più potenziali e rilevanti del Paese che, da dati TradeLab, rappresenta il quinto in Europa, per un totale di oltre 80 miliardi di euro all’anno.

Dal punto di vista dei canali di vendita, Metro Italia è in grado di offrire ai **professionisti della ristorazione e dell’ospitalità** la possibilità di scegliere, in modo integrato, tra diverse modalità di acquisto in funzione delle specifiche esigenze: dal Food Service Distribution (FSD) al Cash & Carry. La continua crescita ed i risultati del canale FSD, con un fatturato di 276 milioni di euro, rafforzano la scelta strategica dell’azienda.

“Nell’anno fiscale appena terminato abbiamo registrato risultati positivi, seppur in un mercato in continua trasformazione. Questo conferma che la strada intrapresa per diventare il partner d’elezione dei professionisti Horeca (Hotels, Restaurants, Catering) è quella vincente. Attraverso una politica commerciale integrata a 360°, che parte dai bisogni dei clienti professionali, siamo in grado di realizzare soluzioni uniche e distintive, da quelle più tradizionali alle più innovative. Per il 2020 continueremo a guidare i Professionisti della ristorazione e dell’ospitalità nella trasformazione digitale della loro attività, anche attraverso un team di esperti a disposizione dei clienti per selezionare le migliori soluzioni. Inoltre, ci focalizzeremo sullo sviluppo di un approccio omnicanale che consenta ai clienti la massima agilità nei propri acquisti, in base alle diverse necessità”, commenta **Tanya Kopps**, Amministratore Delegato di Metro Italia.

I solidi risultati raggiunti da Metro Italia sono in linea con l’andamento positivo delle vendite di Metro Wholesale e della holding Metro AG. Secondo i risultati finanziari annuali 2018/19 di Metro AG pubblicati l'11 dicembre 2019, il segmento di attività all'ingrosso (Metro Wholesale) costituito dai canali Cash & Carry e Food Service Distribution (FSD), ha registrato una crescita delle vendite omogenee di 2,4 % per un totale di 29,9 miliardi di euro. Questo risultato rappresenta la migliore crescita annuale delle vendite omogenee per Metro Wholesale negli ultimi dieci anni; l'Europa dell'Est (esclusa la Russia), l'Asia e l'Europa occidentale (esclusa la Germania), hanno dato particolare impulso. In termini di attività operative, esclusa Metro China, le vendite nel 2018/19 sono state di 27,1 miliardi di euro.

L'Ebitda 2018/19 di Metro Wholesale (inclusa Metro China), esclusi gli utili delle transazioni immobiliari, ha raggiunto 1,173 miliardi di euro (1,021 miliardi senza Metro Cina). Di conseguenza, i contributi agli utili delle transazioni immobiliari nel 2018/19 sono ammontati a 388 milioni di euro (senza Metro Cina 338 milioni di euro).

“La nostra origine è l'ingrosso, l'ingrosso è il nostro futuro. Abbiamo compiuto progressi significativi verso questo traguardo nell'esercizio finanziario 2018/19", afferma **Olaf Koch**, Chairman del Management Board di Metro AG. “La crescita delle vendite omogenee nell'anno fiscale 2018/19, incluso Metro China, è stata del 2,4%. Questa rappresenta la crescita più significativa per Metro Wholesale nell'ultimo decennio. In particolare, le vendite omogenee dei principali gruppi di clienti - Horeca e Trader - sono cresciute in modo sensibile, rispettivamente del 4,5% e del 5,1%. Inoltre, abbiamo venduto una quota di maggioranza di METRO China al nostro partner Wumei. La vendita di Real è invece in fase finale. Entrambe le transazioni portano a un ulteriore significativo focus per il nostro portafoglio. Una volta completata la vendita in Cina, i nostri principali gruppi di clienti – Horeca e Trader - rappresenteranno il 70% delle vendite totali di Metro".

Metro Wholesale nel 2018/19 ha ulteriormente consolidato la propria attenzione strategica sui principali gruppi di clienti Horeca e trader indipendenti. Entrambi i segmenti hanno registrato una forte crescita delle vendite omogenee, che corrisponde rispettivamente al +4,5% (senza Metro China 4,2%) per l’Horeca e al +5,1% per i trader. Nel frattempo, il canale Food Service Distribution ha mantenuto una solida crescita generando 4,6 miliardi di euro (esclusa Metro Cina) nel 2018/19, un aumento del +9,2% rispetto ai € 4,2 miliardi dell'anno precedente. Il business FSD ora rappresenta il 17% delle vendite totali delle attività operative (esclusa Metro China).

La partnership di trader franchise che supporta i piccoli negozi di alimentari indipendenti nella maggior parte dei paesi dell'Europa orientale (sotto marchi locali) è ora uno dei pilastri in più rapida crescita per

Metro Wholesale. Le dimensioni totali della rete nel 2018/19 sono aumentate del 15% per raggiungere circa 7.500 negozi, che mostrano una frequenza e un volume di acquisto nettamente superiori al passato grazie alla stretta partnership con Metro.

Nel 2018/19 sono stati aperti 3 punti vendita all'ingrosso nelle attività operative (escl. 3 nuove aperture in Cina), di cui uno in Croazia, uno in Russia e uno in Turchia. Al 30 settembre 2019, la rete globale nelle attività operative è composta da 678 store (escl. 97 negozi in Cina). I dipendenti di Metro Wholesale nel 2018/19 ammontano a circa 100.000 persone (esclusi circa 11.000 dipendenti in Cina).

Quasi tutte le regioni hanno registrato una crescita omogenea

Nel mercato interno in Germania, le vendite omogenee dell'ingrosso - tra cui lo specialista FSD Rungis Express - sono leggermente aumentate dello +0,3% nel 2018/19. L'Europa occidentale (esclusa la Germania) ha registrato una crescita delle vendite omogenee dell'1,3% con Francia, Spagna, Portogallo e la società FSD Pro à Pro che hanno contribuito in modo particolare a questo risultato.

L'Est Europa (esclusa la Russia) ha registrato una crescita delle vendite omogenee del 6,3%, trainata da una performance distintamente forte in Turchia, Romania e Ucraina. In Russia, il trend è migliorato nel 2018/19 rispetto all'anno precedente, ma lo scenario di mercato rimane sfidante. Le vendite omogenee sono diminuite del 4,3%.

Il comparto dell’ingrosso in Asia di Metro comprende ora India, Giappone, Pakistan, Myanmar, nonché l'operatore FSD Classic Fine Foods (CFF), a seguito della vendita di una quota di maggioranza di Metro China. Le vendite omogenee in Asia sono aumentate del 5,3% nel 2018/19; tutti i paesi e CFF hanno contribuito al risultato.