Metro Italia: nuovo marketplace dedicato all'offerta Horeca non-food

metro-21eb0cd4

Metro Italia lancia un nuovo marketplace digitale con l’obiettivo di offrire ai clienti un’offerta Horeca non-food più ampia e specializzata, disponibile in tempo reale e consegnata su tutto il territorio nazionale in pochi semplici click.

Le caratteristiche del portale

Il nuovo mercato online, che sarà disponibile sul sito **metro.it** ed è accessibile a tutti i clienti, anche per coloro che non hanno tessera Metro o partita iva, si inserisce nella strategia di Metro Italia volta a sviluppare ulteriormente i canali digitali e a potenziare i servizi a disposizione dei clienti di tutta Italia, compresi coloro che attualmente non sono raggiungibili dai punti di vendita fisici. Sul fronte dell'offerta, la **piattaforma marketplace rende disponibile una vasta scelta**: oltre ai prodotti presenti negli store Metro Italia, è possibile accedere anche a quelli dei fornitori (sono già 70 le aziende che si sono iscritte alla piattaforma), che grazie al portale possono vendere direttamente il proprio assortimento, gestendo la spedizione al cliente finale.

Un magazzino dedicato

A supporto di questo nuovo progetto, Metro Italia ha realizzato un **nuovo magazzino a Casei Gerola (Pavia)** interamente dedicato a supportare le operazioni del mercato online. Il nuovo deposito si trova all’interno di un centro logistico certificato leed platinum, progettato con particolare attenzione a un futuro verde e sostenibile e situato in un’area strategica del Nord Italia, vicino alle principali autostrade.

Lanciato da Metro a livello globale nel 2019, il **marketplace online opera ora in Germania e Spagna** con oltre 600mila prodotti legati al settore Horeca e rappresenta un pilastro della strategia di crescita

aziendale sCore al 2030. L’azienda intende sviluppare ulteriormente i propri assortimenti, espandersi in Europa e aumentare le vendite del marketplace di 60 volte fino a superare i tre miliardi entro il 2030.

“*Riteniamo che il nuovo progetto incarni i pilastri strategici di Metro: evolvere la nostra offerta per fornire ai clienti servizi aggiuntivi e di valore per rispondere alle loro mutevoli esigenze, continuando al contempo a sviluppare il nostro mix multicanale a complemento della nostra offerta* – sottolinea **Tanya Kopps**, amministratore delegato di Metro Italia – *Siamo certi che questo nuovo progetto diventerà presto un elemento chiave del nostro ecosistema multicanale, permettendoci di accrescere sempre più la nostra leadership come partner di riferimento per i nostri clienti*”.