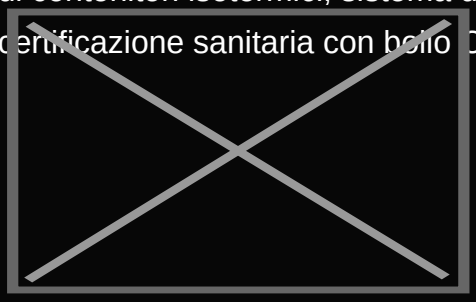
La Casa dell’Horeca Metro, un anno dopo

esterno-casa-horeca-b9d80c8f

A poco più di un anno di distanza dall’inaugurazione del format La Casa dell’Horeca a Roma, il management di Metro Italia può registrare un bilancio positivo. Con un incremento delle vendite del 50% rispetto al 2012 per un fatturato di circa 30 milioni di euro è diventato il primo store Metro in Italia per customer satisfaction.

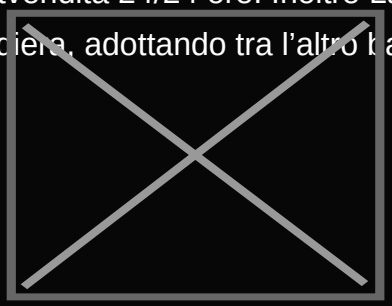
Il punto vendita sulla Via Salaria è sorto come una realtà multicanale e integrata, ideata per offrire soluzioni su misura e in grado di rispondere alle esigenze del cliente horeca di oggi, con assortimento dedicato, personale specializzato e possibilità di combinare le modalità di approvvigionamento grazie ad una proposta di servizio delivery completo.

Tra le innovazioni del format, ricordiamo: la partnership multicanale, che prevede il servizio di consegna accanto al tradizionale cash & carry; la politica per la qualità, l’ambiente e la sicurezza alimentare con certificazione dei prodotti da parte di Sgs, applicazione del sistema Haccp, disponibilità di contenitori isotermici, sistema di scambio di piastre eutettiche, denominato distributori di freddo, certificazione sanitaria con bollo Ce; particolare accento sui freschi e



freschissimi (rispettivamente il 24% e il 34% delle vendite),

privilegiando il rapporto diretto con produttori locali, che contribuiscono all’11% del fatturato copmplessivo; offerta di attrezzature professionali con assistenza postvendita 24/24 ore. Inoltre La Casa dell’Horeca ha fatto della sostenibilità ambientale la propria bandiera, adottando tra l’altro banchi



frigoriferi a basso impatto ambientale, lampadine a Led, veicoli 100%

elettrici per la forza vendita. Il risparmio energetico su base annua è di 170.000 kilowatt/ora, contribuendo a rendere “La Casa dell’Horeca” il punto vendita Metro con i consumi più bassi in Italia

Con oltre 6.900 clienti, la formula del delivery è cresciuta del 25% circa per numero di clienti serviti e del 38,8% per vendite a ottobre 2013 rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente.