Marr: nel 2018 ricavi in crescita del 2,6%

marr-sede-2dbc0dd6

Il Consiglio di Amministrazione di Marr, società specializzata in Italia nella commercializzazione e distribuzione di prodotti alimentari al foodservice, ha approvato il bilancio consolidato ed il progetto del bilancio d'esercizio 2018, che verrà sottoposto all'Assemblea degli Azionisti il prossimo 18 aprile.

L'esercizio 2018 si è chiuso con ricavi totali consolidati pari a 1.667,4 milioni di Euro, rispetto ai 1.624,6 milioni del 2017. L'utile netto consolidato è stato pari a 68,5 milioni di euro, in incremento rispetto a 65,5 milioni del 2017 grazie anche a proventi non ricorrenti netti per 0,8 milioni di euro, di cui 1,0 milioni di euro sono relativi a interessi attivi riconosciuti alla chiusura in via definitiva (avvenuta nel corso dell'ultimo trimestre 2018) del contenzioso fiscale sorto nel 2000 e per il quale l'Agenzia delle Entrate ha provveduto a rimborsare 6,0 milioni di euro che Marr aveva anticipato in pendenza di giudizio.

Risultati per segmento di attività

Le vendite verso i clienti della "Ristorazione commerciale e collettiva" (clienti delle categorie "Street Market" e "National Account") hanno raggiunto i 1.394,1 milioni di Euro (1.335,5 milioni nel 2017).

Quelle dello Street Market (ristoranti e hotel non appartenenti a Gruppi o Catene) sono state pari a 1.093,2 milioni di euro rispetto ai 1.048,7 milioni del 2017.

Le vendite ai clienti del "National Account" (operatori della ristorazione commerciale strutturata e della ristorazione collettiva) sono state pari a 300,9 milioni di Euro (286,8 nel 2017).

Le vendite ai clienti della categoria dei "Wholesale" (grossisti) si sono attestate a 249,0 milioni di Euro rispetto ai 264,0 milioni del 2017.

Previsioni

A fronte di un contesto economico generale incerto - si legge in una nota della società - il mercato dei consumi alimentari fuori casa ("foodservice") in Italia è atteso possa confermare le sue caratteristiche

strutturali di resilience. In questo quadro, il Gruppo Marr continua a perseguire il rafforzamento della propria leadership di mercato attraverso la specializzazione della propria proposta commerciale. Tale approccio al mercato viene perseguito congiuntamente all’obiettivo di mantenere i livelli di redditività raggiunti e l’assorbimento di capitale circolante sotto controllo.