

# 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](https://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”.*