



comunicato stampa

MARR: il Consiglio di Amministrazione approva il resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2022.

Ricavi totali a 325,8 milioni ed EBITDA ad oltre 5 milioni di Euro in netto incremento verso rispettivamente i 188,6 milioni e 0,1 milioni del primo trimestre 2021.

In miglioramento anche la Posizione Finanziaria Netta che si attesta a 199,7 milioni di Euro in sensibile riduzione rispetto ai 235,8 milioni di Euro del 31 marzo 2021.

La centralità del cliente sempre più in primo piano con costanti azioni in ambito sostenibilità e digitalizzazione.

Aprile conferma e rafforza la positività già registrata nell'ultima parte del primo trimestre con ricavi totali a oltre 150 milioni di Euro, in crescita anche rispetto al 2019.

Rimini, 13 maggio 2022 – Il Consiglio di Amministrazione di MARR S.p.A. (Milano: MARR.MI), società leader in Italia nella commercializzazione e distribuzione al foodservice di prodotti alimentari e non-food, ha approvato in data odierna il resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2022.

Principali risultati consolidati e per segmento di attività del primo trimestre 2022

Il primo trimestre 2022, iniziato con un mese di gennaio ancora penalizzato dall'andamento della curva dei contagi, ha visto a febbraio e marzo un costante e progressivo recupero dei consumi extradomestici anche per effetto del miglioramento delle condizioni sanitarie.

In tale contesto MARR, grazie alla sua vicinanza al Cliente ed al continuo rafforzamento della propria offerta merceologica e di servizio, ha colto le opportunità commerciali di un Mercato della ristorazione fuori casa, che nonostante le penalizzazioni della pandemia si conferma resiliente e reattivo, con livelli di crescita superiori a quelli del Mercato stesso.

A fronte appunto di una crescita del comparto "alberghi, pasti e consumazioni fuori casa" che l'Ufficio Studi di Confcommercio stima per il primo trimestre 2022, nel documento "Congiuntura 4-2022", essere stato, a quantità rispetto al pari periodo 2021, del 61% (proiettato ad un valore prossimo al 66% tenendo conto della inflazione determinata per il periodo) l'incremento dei ricavi totali di MARR, grazie anche al contributo delle recenti acquisizioni, si posiziona attorno al 73%.

Il primo trimestre 2022 si chiude difatti con 325,8 milioni di Euro di ricavi totali consolidati, in netto progresso rispetto ai 188,6 milioni di Euro del pari periodo 2021 che era stato ancor più segnato dalla diffusione dei contagi.

In particolare, i ricavi per vendite del primo trimestre 2022 sono pari a 321,7 milioni di Euro e si confrontano con i 186,2 milioni del 2021 e i 329,3 milioni del 2019.

Le vendite ai clienti della categoria dello "Street Market" (ristoranti e hotel non appartenenti a Gruppi o Catene) e del "National Account" (operatori della ristorazione commerciale strutturata e della ristorazione collettiva) si attestano a 268,1 milioni di Euro e nel confronto con i 134,7 milioni del 2021 beneficiano per circa 12 milioni di Euro del contributo del Gruppo Verrini consolidato a partire dal 1 aprile 2021.



comunicato stampa

Le vendite ai grossisti (categoria dei "Wholesale") sono pari a 53,6 milioni di Euro (51,5 milioni nel 2021).

Il mercato del foodservice subisce significativamente le dinamiche inflattive che stanno interessando in modo generalizzato gran parte delle merceologie utilizzate e quindi commercializzate da MARR. A questo si aggiunge il rincaro dei costi energetici (accentuato dalle recenti tensioni internazionali) che fa sentire i suoi effetti principalmente sulle attività di conservazione e distribuzione dei prodotti. Su entrambi i fronti l'attenzione di MARR è massima attraverso la miglior gestione degli approvvigionamenti ed il continuo *scouting* per garantire al proprio Cliente il Prodotto della miglior qualità possibile a prezzi sempre competitivi e mediante modalità operative in grado di ridurre ogni potenziale spreco di risorse energetiche. Le difficoltà del momento stanno quindi consentendo di concretizzare i benefici derivanti da attività già in precedenza avviate e più recentemente rafforzate. In tale contesto la redditività operativa del primo trimestre 2022 ne è ovviamente penalizzata, ma evidenzia comunque un EBITDA di 5,1 milioni di Euro (108 mila Euro nel 2021). Il conseguente EBIT si attesta a -2,5 milioni (-7,0 milioni nel 2021). Il risultato netto di periodo si posiziona a -2,9 milioni e si confronta con i -6,3 milioni dell'anno precedente.

Al 31 marzo 2022 il capitale circolante netto commerciale è pari a 216,4 milioni di Euro, in decremento rispetto ai 232,4 milioni della fine del primo trimestre 2021, nonostante un incremento delle scorte per effetto dell'anticipazione di politiche di approvvigionamento messo in atto in vista della stagione estiva e in presenza delle citate dinamiche inflattive. L'incremento delle rimanenze rispetto al 31 marzo 2021 risente inoltre del consolidamento delle società del Gruppo Verrini a partire dal 1 aprile 2021.

L'indebitamento finanziario netto è di 199,7 milioni di Euro in sensibile riduzione rispetto ai 235,8 milioni del 31 marzo 2021, mentre il patrimonio netto consolidato è di 346,6 milioni di Euro (331,8 milioni al 31 marzo 2021).

Linee di sviluppo

Il Cliente è al centro delle politiche di sviluppo di MARR.

La Società continua ad investire per ulteriormente rafforzare la propria già eccellente presenza sul territorio; pone inoltre attenzione nell'ampliamento dell'offerta di prodotti, anche con elevato contenuto di servizio, tramite una gamma ampia e specializzata per segmento di clientela e momenti di consumo. L'obiettivo confermato è quello di aumentare il livello di soddisfazione del Cliente e di conseguenza la sua fidelizzazione, che è il presupposto, assieme a mirate operazioni di crescita per linee esterne, per proseguire nell'incremento della quota di Mercato di MARR.

La presenza sul territorio permette di realizzare quella vicinanza al Cliente che è sintetizzato nello storico *payoff* di MARR – "dove c'è ristorazione" – ed è attuato attraverso un network integrato tra la rete capillare, unica in Italia, di unità commerciali e distributive di prossimità al Cliente e le piattaforme logistiche centrali, nelle quali si concentrano le attività di stoccaggio dei prodotti ed il servizio dedicato ai clienti della ristorazione strutturata.

Il doppio livello distributivo (piattaforme e unità sul territorio) è funzionale all'ampliamento della gamma e all'ottimizzazione della rotazione dei prodotti: complessivamente sono oltre 20 mila le referenze *food*, che combinano specialità locali con provenienze internazionali approvvigionate attraverso canali selezionati, mettendo così a disposizione del Cliente una gamma specializzata per tipologia di offerta e momenti di consumo. In particolare la proposta di prodotti del territorio eleva il livello di servizio al Cliente con le tipicità del *Made in Italy*, sono oltre 4.000 i prodotti offerti da MARR la cui origine della materia prima è italiana. In tal senso va ricordato come sia di un anno fa il lancio della linea di prodotti "*Della Nostra Terra*" che comprende le eccellenze italiane certificate IGP, DOP o



comunicato stampa

rientranti nell'elenco PAT (Prodotti Agroalimentari Tradizionali) e che ha raggiunto oltre le 1.100 referenze di prodotto.

Gli investimenti in sempre più efficace presenza sul territorio e nell'ampliamento della gamma di prodotti si pongono in una precisa ottica di Sostenibilità e beneficiano inoltre di un fattore sinergico rappresentato dalla continua introduzione di innovazioni in termini di processi e strumenti digitali che MARR, forte dei suoi 50 anni di attività e della competenza della sua organizzazione di vendita, declina secondo un approccio *"phygital"*, ovvero di integrazione dei diversi *touchpoint* fisici e digitali tra MARR e il Cliente.

Seguendo il tracciato di tali linee di sviluppo, MARR ha quindi chiaro un percorso di lungo periodo, pur mantenendo alta l'attenzione verso la gestione quotidiana e corrente, volto al rafforzamento della leadership di servizio e conseguentemente di incremento della propria quota di Mercato.

Eventi successivi alla chiusura del primo trimestre 2022

Il 1 aprile 2022 è stato finalizzato il *closing* per l'acquisto della totalità delle quote della società neo costituita, Frigor Carni S.r.l., in cui sono state conferite le attività della Frigor Carni S.a.s., società basata a Montepaone Lido (Catanzaro) ed operante nella commercializzazione e distribuzione di prodotti alimentari al *foodservice*, con una significativa specializzazione nell'offerta di prodotti ittici, rivolta principalmente ai clienti della ristorazione indipendente.

L'acquisizione di Frigor Carni conferma il ruolo di aggregatore del Mercato di MARR, che continua a rafforzare la propria leadership sia attraverso un percorso di crescita organica che di acquisizioni mirate, volte ad aumentare la specializzazione di servizio.

L'Assemblea degli Azionisti del 28 aprile 2022 ha approvato la distribuzione di un dividendo lordo di 0,47 Euro per azione (a fronte di un EPS consolidato di 0,53 Euro) con "stacco cedola" (n.17) il 23 maggio, *record date* il 24 maggio e pagamento il 25 maggio. L'Utile non distribuito viene accantonato a Riserva.

Andamento vendite nel mese di aprile

L'andamento delle vendite di MARR nel mese di aprile conferma le attese, in vista della prossima stagione estiva, di una forte ripresa dei consumi alimentari fuori casa.

Il mese di aprile si chiude infatti con ricavi totali consolidati a oltre 150 milioni di Euro, in crescita rispetto anche al pari periodo 2019, e conferma ulteriormente il trend positivo del mese di marzo.

Il processo di riallineamento ai livelli pre-pandemia evidenzia ancora differenze a livello di categorie di clienti, con l'ospitalità nel suo complesso ancora in ritardo rispetto la ristorazione, e di territorio, ma il periodo pasquale e il ponte del 25 aprile hanno fornito segnali positivi, in particolare di ripresa dei flussi turistici nelle città d'arte e anche per la componente straniera.



comunicato stampa

MARR (Gruppo Cremonini), quotata al Segmento Euronext STAR Milan di Borsa Italiana, è la società leader in Italia nella distribuzione specializzata di prodotti alimentari alla ristorazione extra domestica ed è controllata da Cremonini S.p.A..

Attraverso un'organizzazione composta di oltre 850 addetti commerciali, il Gruppo MARR serve oltre 50.000 clienti (principalmente ristoranti, hotel, pizzerie, villaggi turistici, mense aziendali), con un'offerta che include oltre 20.000 prodotti alimentari, tra cui pesce, carne, alimentari vari, ortofrutta e con una significativa offerta di prodotti verdi, sostenibili e del Made in Italy (<https://catalogo.marr.it/catalogo>).

La società opera su tutto il territorio nazionale attraverso una rete logistico-distributiva costituita da oltre 40 unità distributive, alcune delle quali con cash&carry, e si avvale di oltre 800 automezzi.

MARR ha realizzato nel 2021 ricavi totali consolidati per 1.456,3 milioni di Euro (1.073,7 milioni nel 2020 e 1.695,8 milioni nel 2019 ante pandemia) con un EBITDA consolidato di 90,5 milioni di Euro (39,4 milioni nel 2020) ed un utile netto consolidato di 35,1 milioni di Euro (-2,4 milioni nel 2020).

Per maggiori informazioni su MARR visita il sito Internet della società alla pagina www.marr.it

Il Bilancio di sostenibilità di MARR è disponibile alla pagina www.marr.it/sostenibilita/bilancio-di-sostenibilita

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Pierpaolo Rossi, dichiara ai sensi del comma 2 articolo 154 bis del Testo Unico della Finanza che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili.

Si rende noto che il resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2022, approvato in data odierna dal Consiglio di Amministrazione di MARR S.p.A., sarà reso disponibile entro la data odierna nella Sezione Investor Relations del sito internet della Società alla pagina: www.marr.it/investor-relations/bilanci-relazioni nonché presso la sede sociale e il meccanismo di stoccaggio autorizzato www.emarketstorage.com.

I risultati al 31 marzo 2022 saranno illustrati nel corso di una conference call con la comunità finanziaria, che si terrà oggi alle ore 17:30 (CET). La presentazione sarà disponibile nella sezione "Investor Relations - Presentazioni" del sito MARR (www.marr.it) a partire dalle ore 17:15.

Lo speech in Inglese della presentazione con la sintesi del Q&A verrà pubblicato nella sezione "Investor Relations - Presentazioni" (versione Inglese) dove sarà reso disponibile per 7 giorni a partire dalla mattina di lunedì 16 maggio.

Contatti press

Luca Macario
Imacario@marr.it
mob. +39 335 7478179

Investor Relator

Antonio Tiso
atiso@marr.it
tel. +39 0541 746803

Il presente comunicato stampa contiene elementi previsionali e stime che riflettono le attuali opinioni del management ("forward-looking statements") specie per quanto riguarda performance gestionali future, realizzazione di investimenti, andamento dei flussi di cassa ed evoluzione della struttura finanziaria. I forward-looking statements hanno per loro natura una componente di rischio ed incertezza perché dipendono dal verificarsi di eventi futuri. I risultati effettivi potranno differire anche in misura significativa rispetto a quelli annunciati, in relazione a una pluralità di fattori tra cui, a titolo esemplificativo: andamento del mercato della



comunicato stampa

ristorazione fuori casa ("foodservice") e dei flussi turistici in Italia; evoluzione del prezzo delle materie prime alimentari; condizioni macroeconomiche generali; fattori geopolitici ed evoluzioni del quadro normativo.

- § -

INDICATORI ALTERNATIVI DI PERFORMANCE

Nel presente comunicato vengono presentati alcuni indicatori alternativi di performance per consentire una migliore valutazione dell'andamento della gestione economico-finanziaria del Gruppo MARR; tuttavia, tali indicatori non devono essere considerati sostitutivi di quelli convenzionali previsti dagli IFRS.

In particolare, gli indicatori alternativi presentati sono:

- **EBITDA** (Risultato Operativo Lordo), è un indicatore economico non definito negli IFRS e utilizzato dal management della società per monitorare e valutare l'andamento operativo della stessa. Il management ritiene che l'EBITDA sia un importante parametro per la misurazione della performance del Gruppo in quanto non è influenzato dalla volatilità dovuta agli effetti dei diversi criteri di determinazione degli imponibili fiscali, dall'ammontare e caratteristiche del capitale impiegato nonché dalle relative politiche di ammortamento. L'EBITDA (*Earnings before interests, taxes, depreciation and amortization*) è definito da MARR come Utile/Perdita d'esercizio al lordo degli ammortamenti di immobilizzazioni materiali e immateriali, accantonamenti e svalutazioni, degli oneri e proventi finanziari, delle componenti non ricorrenti e delle imposte sul reddito.
- **EBIT** (Risultato Operativo), un ulteriore indicatore economico dell'andamento operativo del Gruppo. L'EBIT (*Earnings before interests and taxes*) è definito da MARR come Utile/Perdita d'esercizio al lordo degli oneri e proventi finanziari, delle componenti non ricorrenti e delle imposte sul reddito.
- **Posizione Finanziaria Netta** (Indebitamento finanziario netto), è un indicatore finanziario dell'indebitamento e viene rappresentata come sommatoria delle seguenti componenti positive e negative dello Stato Patrimoniale:
 - Componenti positive a breve e lungo termine: disponibilità liquide (cassa, assegni e banche attive); titoli di pronto smobilizzo dell'attivo circolante; crediti finanziari a breve termine.
 - Componenti negative a breve e lungo termine: debiti verso banche; debiti verso altri finanziatori, società di leasing e società di factoring; debiti verso soci per finanziamenti.