

DOCUMENTAZIONE CONTENUTA NELLA CARTELLA STAMPA

MARR

- Dove c'è ristorazione Pag. 1
- I punti di forza e gli obiettivi futuri Pag. 4
- La storia della società Pag. 8
- Il mercato di riferimento Pag. 10
- I risultati economico-finanziari Pag. 11
- Scheda di sintesi Pag. 12

Luca Macario
Mobile: 335 7478179
lmacario@marr.it

Rimini, Maggio 2016

MARR

Dove c'è ristorazione

Leader in Italia

MARR è la società leader in Italia nella distribuzione specializzata di prodotti alimentari alla ristorazione extra domestica (foodservice).

Da giugno 2005 la società è quotata sul segmento Star di Borsa Italiana.

Ricavi per 1.481,0 milioni di Euro

MARR nel 2015 ha realizzato ricavi totali per **1.481,0 milioni di Euro**, l'EBITDA ha raggiunto **105,7 milioni di Euro** e l'EBIT **89,1**.

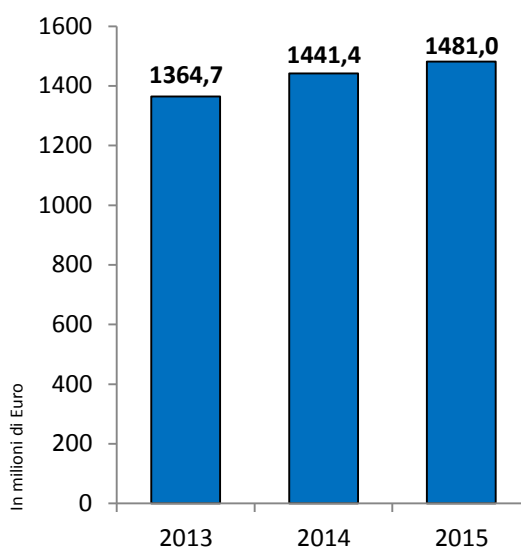
I clienti e i prodotti

Presente sull'intero territorio nazionale, MARR serve gli operatori della ristorazione extra domestica commerciale (ristoranti, pizzerie, alberghi, villaggi turistici) e collettiva (mense aziendali, scuole, ospedali), con un portafoglio prodotti che comprende:

- **10.000 articoli alimentari** (con una significativa offerta di prodotti a marchio proprio, disponibili in diverse tipologie di conservazione).
- **8.000 articoli strumentali** (tra cui attrezzature per la ristorazione, stoviglie, tovagliamenti, etc).

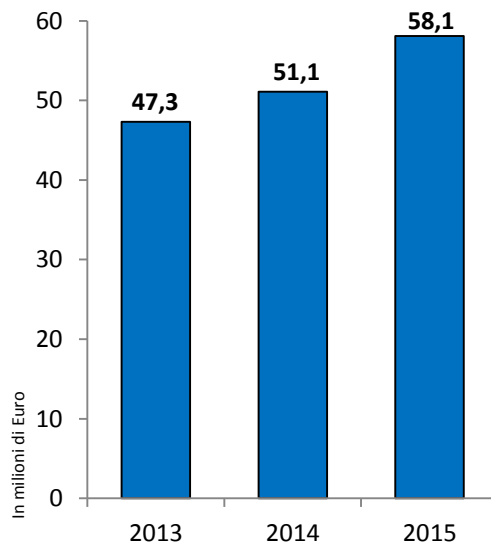
MARR

Ricavi totali consolidati



MARR

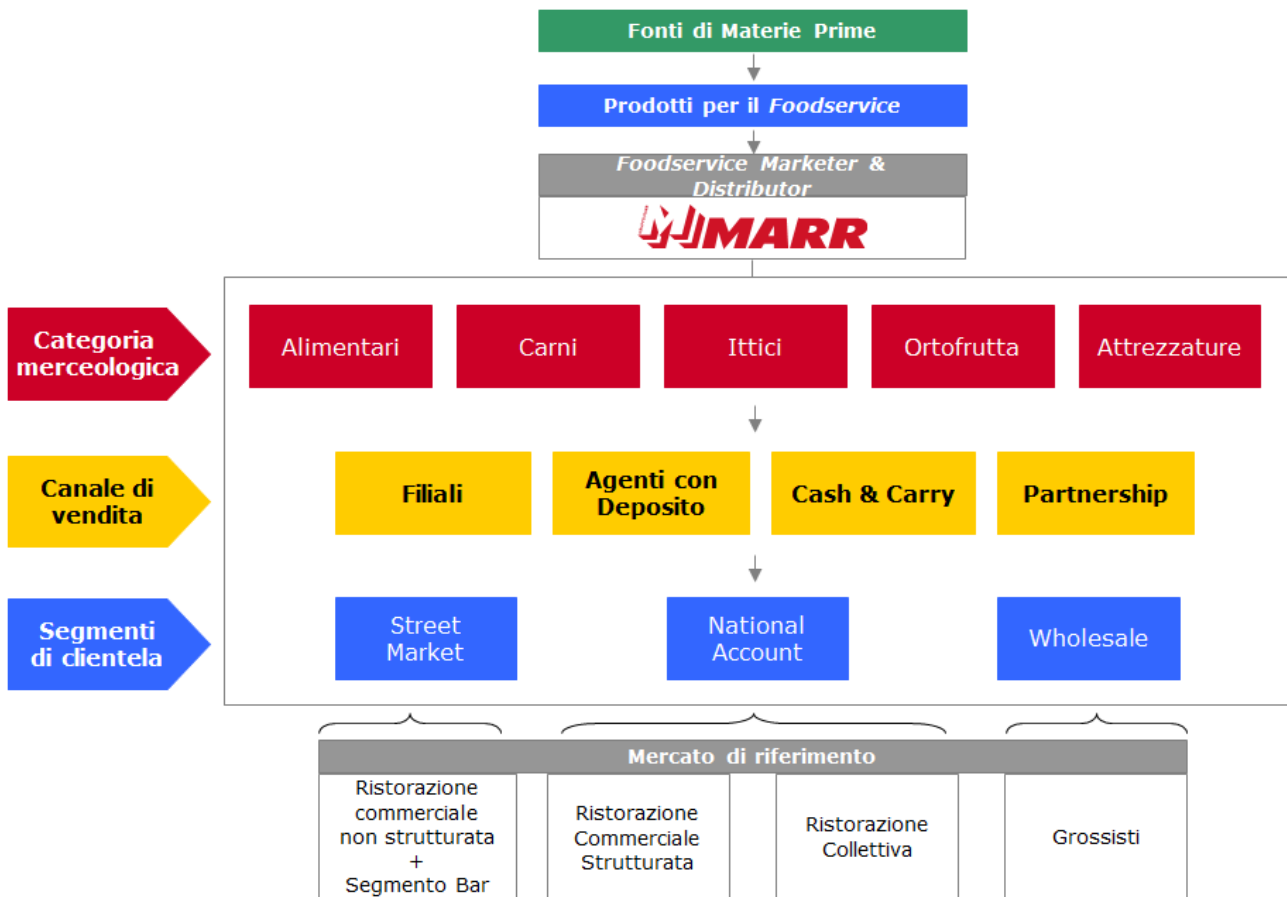
Utile netto consolidato



Modello di business

Nell'ambito del foodservice in Italia, **MARR opera come intermediario altamente qualificato tra i produttori di generi alimentari e gli operatori della ristorazione extradomestica.** In particolare il Gruppo si approvvigiona presso fornitori selezionati in tutto il mondo, segmentando il proprio mercato in **cinque categorie merceologiche** di prodotti alimentari e non alimentari che propone, tramite **quattro canali di vendita**, alla sua clientela.

MARR
Il modello di business



Modello di business

Con una storia di oltre 40 anni, MARR rappresenta un punto di riferimento per gli operatori della ristorazione, proponendosi quale **fornitore unico su scala nazionale di un'ampia gamma di prodotti** sulle varie tipologie di conservazione (congelato, fresco, a temperatura ambiente), in grado di **assicurare un servizio tempestivo ed accurato e rispondere alle varie e mutevoli esigenze**, che caratterizzano i diversi segmenti di clientela serviti, in modo personalizzato e in tempi rapidi.

Le principali caratteristiche che costituiscono le basi per il vantaggio competitivo di MARR sono: **efficienza del sistema logistico, ampiezza di assortimento, competenza della struttura commerciale, capacità di innovazione merceologica, attenzione al controllo qualità.**

Dipendenti e agenti di vendita

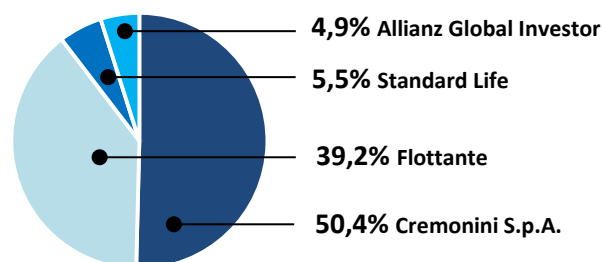
I dipendenti del Gruppo MARR sono circa **900**, mentre gli agenti di vendita sono più di 800.

Gli Azionisti

MARR è controllata da Cremonini S.p.A. con una quota del **50,4%**.

Tra gli altri azionisti¹ figurano numerosi fondi istituzionali italiani ed esteri – quelli con una partecipazione superiore al 3% del capitale sono riportati in grafico - con un flottante del 39,2%.

MARR
Gli azionisti



¹ Partecipazioni rese note ai sensi dell'art 120 DLGS 58/1998. Informazioni integrate alle comunicazioni del Servizio Titoli. Situazione al 28 aprile 2016.

MARR

I punti di forza e gli obiettivi futuri

A) Un sistema logistico efficiente

Oltre 800 addetti alle vendite

MARR è presente su tutto il territorio nazionale, avvalendosi di una struttura commerciale costituita da oltre 800 addetti, tra agenti di vendita, area managers, key accounts e field trainers.

34 centri di distribuzione

La rete distributiva è costituita da **34 centri di distribuzione**, **5 cash&carry** e **4 agenti con deposito**, mentre le consegne sono effettuate con una flotta di circa **800 automezzi**, dotati di vani “a temperatura controllata”, in grado di assicurare il continuo mantenimento della “catena del freddo”.

Le consegne

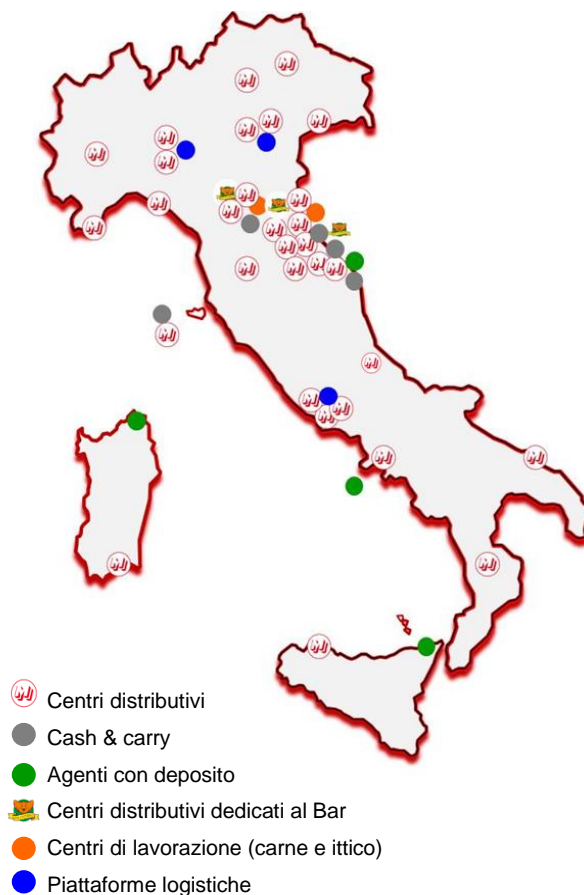
La società si avvale di oltre **20 accordi di partnership con grossisti locali**, al fine di ottimizzare il livello del servizio ed effettuare consegne con maggiore efficienza.

Due centri di lavorazione per le carni e per il pesce, infine, vengono utilizzati per sottoporre parte dei prodotti ad un ulteriore processo di **preparazione**, per fornire ai clienti prodotti porzionati in tagli “ready to cook” e semplificare quindi la preparazione dei cibi in cucina.

La rete distributiva è organizzata con l’obiettivo di **consegnare i prodotti richiesti anche entro 24 ore dal ricevimento dell’ordine**, che viene gestito attraverso un sistema informatico ad hoc.

MARR

Copertura del territorio



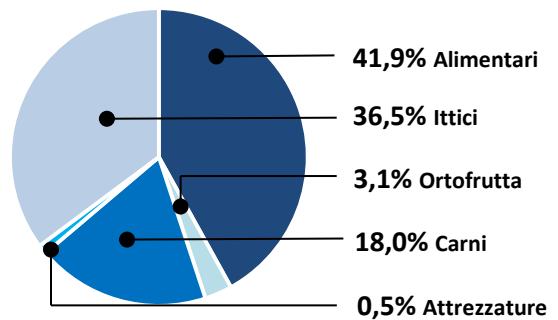
B) Un'ampia offerta di prodotti

MARR dispone di un'offerta ampia, articolata sia per tipologia di prodotto che per tipologia di conservazione. In particolare, le tipologie di prodotto sono articolate in:

Un mix di vendita

- **alimentari** (41,9% dei ricavi di vendita);
- **ittici** (36,5%);
- **carni** (18,0%);
- **ortofrutta** (3,1%);
- **attrezzature** (0,5%).

MARR
Ricavi per tipologia di prodotto (2015)

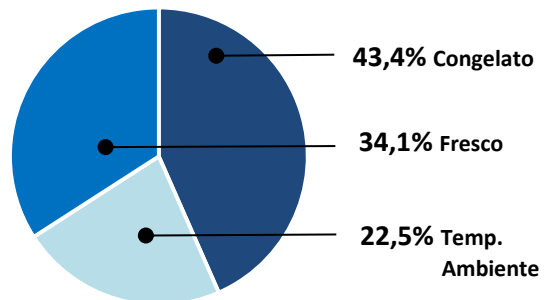


Tipologie di conservazione

I prodotti sono disponibili in diverse temperature di conservazione: fresco, congelato e temperatura ambiente.

Circa l'78% dei ricavi sono generati dalla vendita di prodotti a temperatura controllata (prodotti freschi e congelati).

MARR
Ricavi per tipologia di conservazione (2015)



La **segmentazione dell'offerta** contribuisce alla creazione del vantaggio competitivo di MARR riducendo la dipendenza nei confronti di una specifica tipologia di prodotto e consentendole di **adeguarsi rapidamente alle esigenze del mercato e gestire le dinamiche congiunturali di domanda e offerta.**

C) La competenza della struttura commerciale

Oltre 40.000 clienti

MARR serve oltre 40.000 clienti, costituiti da ristoranti, hotel e catene alberghiere, villaggi turistici, pizzerie, mense aziendali, colonie, asili, scuole, cliniche private, ospedali, case di cura e istituzioni pubbliche.

Coerentemente con l'evoluzione del mercato del foodservice e per rispondere alle crescenti esigenze degli operatori che richiedono servizi sempre più articolati e personalizzati, **MARR, oltre a raccogliere gli ordini e consegnare i prodotti, assiste i clienti con competenza nella pianificazione degli acquisti.**

Il portafoglio clienti di MARR è suddiviso in 3 segmenti:

I segmenti di clientela

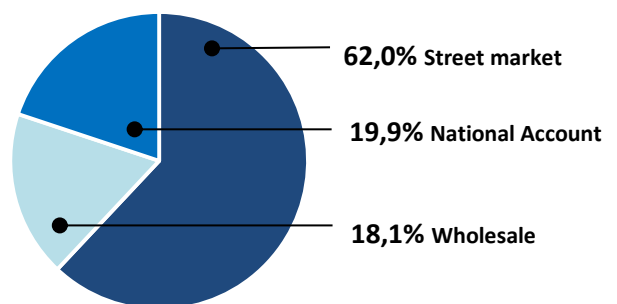
- **“Street Market”**: operatori della ristorazione commerciale non strutturata (ristoranti, trattorie, pizzerie, alberghi ed in generale strutture non appartenenti a gruppi o catene) e clienti del segmento bar e della ristorazione veloce.

- **“National Account”**: operatori della ristorazione commerciale strutturata (ristoranti, alberghi ed in generale strutture appartenenti a gruppi o catene) e della ristorazione collettiva (tra cui mense aziendali, scuole, ospedali).

- **“Wholesale”**: grossisti di generi alimentari.

MARR

Ricavi di vendita per tipologia di cliente (2015)



D) La capacità di innovazione merceologica

Prodotti a marchio proprio

MARR ha ampliato la propria offerta commerciale con prodotti a marchio proprio e in esclusiva, la cui incidenza sui ricavi è destinata a crescere nei prossimi anni.

L'innovazione merceologica riguarda anche l'offerta di prodotti, prevalentemente a marchio proprio, in grado di **semplificare le attività di preparazione in cucina** (ad es. porzionati, ready to cook).



E) L'attenzione al controllo qualità

Le analisi sui prodotti

MARR pone inoltre particolare attenzione al **controllo di qualità degli impianti e dei prodotti distribuiti. Personale altamente specializzato** si occupa, attraverso laboratori certificati, del controllo delle unità produttive e **conduce specifiche analisi fisiche, chimiche e microbiologiche sui prodotti**, al fine di garantire un servizio completo e sicuro ai propri clienti.

GLI OBIETTIVI FUTURI

Gli obiettivi Per proseguire nel percorso di crescita e cogliere le opportunità che si presenteranno nei prossimi anni, MARR si pone gli obiettivi di:

- **aumentare il numero dei prodotti venduti per cliente;**
- completare l'offerta merceologica anche attraverso **prodotti a marchio proprio e in esclusiva;**
- **proseguire lo sviluppo per linee esterne**, con acquisizioni mirate di operatori locali per:
 - incrementare la specializzazione di prodotto e di segmento di clientela con una particolare attenzione allo sviluppo nella distribuzione al bar e alla ristorazione veloce, un segmento di mercato in continua espansione;
 - diversificare le attività;
 - ottimizzare la copertura logistica della clientela;
- **perfezionare il livello di servizio** attraverso la riduzione del tempo medio di evasione degli ordini.

MARR

La storia della società

- 1972** **M.A.R.R.**, Magazzini Alimentari Riuniti Riminesi, **viene fondata a Rimini** e inizia la propria attività per la fornitura e distribuzione di prodotti alimentari a ristoranti ed alberghi della riviera adriatica.
- 1979** Il **Gruppo Cremonini** entra nel capitale di MARR, contribuendo allo sviluppo della società.
- 1983** MARR inizia il commercio di **prodotti ittici**.
- Anni '90** MARR si sviluppa sul territorio nazionale, attraverso **l'apertura di nuove filiali** in Sicilia, Campania, Lombardia, Lazio, Veneto e Sardegna.
- 1998/1999** **Vengono finalizzate acquisizioni mirate di operatori regionali**, in particolare Adriafood, Copea, Discom, Venturi e Sanremomare.
- 2003** Nel capitale di MARR entra un **pool di investitori istituzionali** (capofila: Barclays Private Equity, Arca Impresa Gestioni SGR e Arca Merchant) che sottoscrive circa il 33,3% del capitale.
- 2004** MARR acquisisce **Sogema S.p.A.**, società operante in Piemonte e Valle d'Aosta.
- 2005** A febbraio viene acquisito il ramo d'azienda di **Sfera Srl, operante in Romagna, Marche e Umbria**.
- Il 21 giugno **le azioni MARR sono ammesse alla negoziazione sul segmento STAR** di Borsa Italiana.
- A settembre, **viene acquisita AS.CA.**, società bolognese che si inserisce nel piano di sviluppo nelle grandi città.
- 2006** A febbraio, **viene acquisito il ramo d'azienda di distribuzione al foodservice di Prohoga**, società operante in Trentino Alto Adige.
- 2007** A gennaio viene sottoscritto il closing per l'acquisto di **New Catering**, azienda di Forlì che permette a MARR di entrare nel segmento della distribuzione alimentare a bar e ristorazione veloce.

Nei primi giorni di aprile iniziano le attività operative presso il nuovo centro distributivo di **MARR Toscana** a Bottegone (Pistoia).

2008

Nel mese di giugno **MARR si rafforza nel segmento dell'ittico fresco** acquisendo, attraverso la controllata Baldini Adriatica Pesca s.r.l., il ramo d'azienda della **F.lli Baldini S.r.l.**, azienda leader nella distribuzione di molluschi freschi.

A settembre viene finalizzato l'acquisto del ramo d'azienda della società **Cater**, specializzata nella fornitura alla ristorazione collettiva. Con l'operazione MARR acquisisce un secondo centro distributivo su Roma.

Nel mese di dicembre, MARR formalizza **l'acquisto del ramo d'azienda di Jolly Hotel**, primaria catena alberghiera nazionale, relativo alla distribuzione di prodotti alimentari agli alberghi del Gruppo NH in Italia.

Ad inizio febbraio, MARR finalizza il closing per rilevare le attività di **Minerva S.r.l.**, azienda operante sul Lago di Garda e con una forte specializzazione nella distribuzione di prodotti ittici freschi e congelati.

A metà luglio viene finalizzato l'acquisto di **Emigel**, società di Bentivoglio (BO), attiva nella distribuzione alimentare a bar e ristorazione veloce. Dopo l'acquisto di **New Catering** (gennaio 2007), il gruppo MARR conferma la sua strategia di consolidamento del settore della distribuzione al bar.

2009

Nei primi mesi dell'anno viene finalizzato l'acquisto dei rami d'azienda **Baldini** (gennaio) e **Minerva** (febbraio).

L'anno, caratterizzato da una domanda debole in tutti i settori di consumo, per il gruppo MARR si chiude all'insegna della crescita con 1 miliardo e 138 milioni di Euro di ricavi totali consolidati (+29 milioni di Euro) e un utile netto di 38,5 milioni di Euro, in crescita del 20,7% rispetto l'anno precedente.

2010

Il 21 giugno ricorre il **5° anniversario della quotazione** al segmento Star di Borsa Italiana. In 5 anni i ricavi totali del gruppo sono passati da 795 milioni di Euro del 2004 ai 1.138 del 2009, mentre l'utile netto nel 2009 ha raggiunto 38,5 milioni di Euro a fronte di 22,4 milioni di Euro del 2004.

2012

MARR celebra **40 anni di attività**, durante i quali è diventato il gruppo leader nella distribuzione alimentare al foodservice in Italia.

A febbraio **MARR lancia il nuovo sito** (www.marr.it) rinnovato nella veste grafica, con più contenuti e con una nuova area clienti costruita a misura delle esigenze del cliente.

Dal 3 settembre hanno avuto decorrenza contratti per l'affitto dell'azienda della Lelli Lino e figli srl ("**Lelli**") e la locazione dei relativi immobili, ubicati ad Anzola dell'Emilia (Bologna), in cui è svolta l'attività di distribuzione di prodotti alimentari al foodservice e di Cash and Carry.

L'attività della Lelli è svolta in un immobile di recente costruzione di oltre 8.000 mq, che include anche la moderna area di vendita del Cash and Carry, fornita di un ampio assortimento prodotti.

- 2013** In data 23 febbraio 2013 ha decorrenza il contratto di affitto d'azienda delle attività di Scapa Italia S.p.A. (“**Scapa**”), attraverso il quale MARR ha rilevato la gestione dei centri distributivi di Marzano (Pavia) e Pomezia (Roma): due strutture ampie, moderne e ottimamente localizzate. Il centro di Marzano (inaugurato nel 2009) ha una superficie totale di 22.000 mq, di cui 11.700 a temperatura controllata, mentre il magazzino di Pomezia ha una superficie di 11.000 mq, dei quali 4.800 a temperatura controllata. MARR ha concentrato su queste strutture le attività logistiche e distributive della propria clientela dei National Account (operatori della Ristorazione Collettiva e della Ristorazione Commerciale Strutturata), razionalizzando ulteriormente le attività dedicate al segmento dello Street Market svolte dagli altri suoi centri distributivi; utilizzando inoltre tali magazzini come importanti piattaforme di stoccaggio.
- 2014** In data 12 marzo è sottoscritto il contratto per l'acquisto dell'azienda Scapa, di cui MARR aveva in gestione le attività dal 2013 con un contratto di affitto d'azienda. A marzo MARR lancia uno specifico progetto dedicato alla Sostenibilità Ambientale e alla promozione di marchi di qualità per la ristorazione. Sul sito internet www.marr.it è resa disponibile una sezione dedicata alla Sostenibilità Ambientale con la descrizione delle misure adottate da MARR per la Tutela dell'ambiente e l'offerta di un'ampia gamma di Prodotti Verdi, prodotti provenienti da agricoltura biologica, prodotti DOP e IGP, prodotti del commercio equo e solidale e dalla pesca sostenibile.
- In data 31 marzo 2014 MARR S.p.A. cede le sue quote (pari al 55% del capitale sociale) della Alisea società consortile a responsabilità limitata a CIR Food Cooperativa Italiana di Ristorazione. A seguito della cessione da parte di MARR S.p.A. dell'intera partecipazione in Alisea - società operante nella ristorazione rivolta a strutture ospedaliere e i cui ricavi totali nel 2013 sono stati pari a 14,8 milioni di Euro – le attività del Gruppo MARR si focalizzano nelle forniture al Foodservice.
- In data 28 maggio 2014 la controllata Sfera S.p.A. sottoscrive il contratto di acquisto dell'azienda “Lelli” di cui aveva già in gestione le attività dal 3 settembre 2012 attraverso contratto di affitto d'azienda. Successivamente, la controllata ha concesso in affitto il ramo d'azienda “Lelli” alla MARR S.p.A. che lo gestisce, a partire dal 1° novembre 2014, tramite la nuova filiale MARR Bologna, con sede in Anzola dell'Emilia.
- In data 1 giugno 2014 ha efficacia la fusione per incorporazione della controllata EMI.GEL S.r.l. nella controllata New Catering S.r.l., con effetti fiscali e contabili dal 1 gennaio 2014.
- 2015** In data 1 giugno 2015 acquista SAMA S.r.l., società di Zola Predosa (Bologna), specializzata nella distribuzione di prodotti alimentari al bar e alla ristorazione veloce. Con oltre 6 milioni di Euro di fatturato nel 2014 e un'organizzazione di vendita di oltre 10 venditori, SAMA è un riferimento nella distribuzione ai bar nelle aree di Bologna, Modena e Reggio Emilia. Ad ottobre Sama viene fusa per incorporazione in New Catering, che si conferma realtà leader nella distribuzione alimentare al segmento bar con 4 centri di distribuzione (Forlì, Bologna, Rimini e Perugia), oltre 7.000 clienti serviti e oltre 30 milioni di euro di fatturato su base annua.

2016

In data 4 aprile acquisita DE.AL. S.r.l., società abruzzese operante nella distribuzione alimentare al Foodservice col marchio "PAC FOOD".
Con oltre 60 milioni di Euro di vendite nel 2015 e un centro distributivo di oltre 7 mila metri quadri coperti localizzato ad Elice (Pescara), rafforza la presenza MARR nel medio adriatico.

MARR

Il mercato di riferimento

MARR è una realtà in crescita costante sia in termini di fatturato che di marginalità, attiva in un settore caratterizzato da continui tassi di sviluppo e fortemente correlato alle dinamiche espansive della ristorazione extradomestica.

Il mercato di riferimento²

Il giro d'affari del foodservice in Italia è stimato in oltre 60 miliardi di Euro (bevande incluse) ed è pari a circa il 5% del PIL.

Un terzo della spesa alimentare degli italiani è destinata al fuori casa con consumi strutturalmente stabili.



L'universo della ristorazione si articola su circa 140.000 strutture (bar e neo ristorazione esclusi), di cui quelle della ristorazione collettiva rappresentano il 14% del valore dei pasti fuori casa, mentre le strutture della ristorazione commerciale rappresentano il restante 86%.

Il mercato delle forniture al foodservice, riferito al costo dei prodotti alimentari acquistati (bevande escluse), ha un valore di **oltre 16 miliardi di Euro**.

L'offerta al foodservice

L'offerta al foodservice è articolata e polverizzata. La quota più significativa, circa il 64%, è detenuta dal segmento dei grossisti, il 19% dai produttori, il 17% dal canale retail.

Il canale Grossisti, che vale oltre 11 miliardi di Euro, di cui MARR è leader con una quota di circa il 14%, è segmentabile in 2 categorie:

- **operatori locali:** oltre 3.000, con un fatturato annuo individuale non superiore a 5 milioni di Euro e con una forte specializzazione di prodotto;
- **distributori specializzati:** circa 50 operatori di dimensione regionale e con un'offerta su varie categorie di prodotti.

Tra i distributori specializzati MARR è l'unico a copertura nazionale.

MARR, che serve oltre 40.000 clienti del foodservice dei circa 140.000 potenziali in Italia (esclusi i bar), ha una market share in numerica più che doppia rispetto a quella a valore (circa il 14%) con un importante potenziale in crescita sui clienti già fidelizzati.

² Centro studi FIPE 2014, Gira Foodservice 2014 e stime della società.

MARR

I risultati economico-finanziari

Trend di crescita

MARR ha confermato nel corso degli ultimi anni risultati economico-finanziari in crescita sia in termini di fatturato che di marginalità.

Ricavi per 1.481,0 milioni di Euro

Più in particolare, nel 2015 il Gruppo ha realizzato **ricavi totali consolidati pari a 1.481,0 milioni di Euro, in crescita del 2,8%** rispetto ai 1.441,4 milioni di Euro del 2014.

EBITDA consolidato di 105,7 milioni di Euro

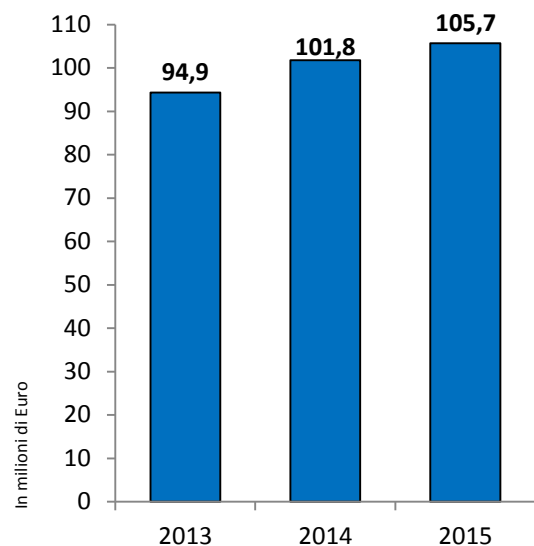
Il margine operativo lordo consolidato (EBITDA) ha raggiunto i **105,7 milioni di Euro** (101,8 nel 2014).

Il reddito operativo consolidato (EBIT) è stato pari a **89,1 milioni di Euro** (85,7 nel 2014).

Utile netto a 58,1 milioni di Euro

L'utile netto consolidato è stato pari a **58,1 milioni di Euro**.

MARR
EBITDA consolidato



Dati patrimoniali

Al 31 dicembre 2015, l'**indebitamento finanziario netto è stato di 164,5 milioni di Euro** e con un rapporto posizione finanziaria netta su EBITDA pari a 1,56.

Il **patrimonio netto consolidato a fine 2015 è stato pari a 271,8 milioni di Euro**, rispetto ai 254,3 milioni di Euro a fine 2014.

MARR

I risultati economico-finanziari

Sede	Via Spagna, 20 - 47921 Rimini	
Numero centri distributivi:	34	
Localizzazione centri:	Rimini (n° 5), Riccione (n° 2), Cesenatico (FC), Bologna (n° 2), Opera (MI), San Michele al Tagliamento (VE), Tai di Cadore (BL), Capena (RM), Uta (CA), Carasco (GE), Taggia (IM), Portoferraio (LI), Casoria (NA), Monopoli (BA), Cinisi (PA), Torino, Spezzano Albanese (CS), Arco (TN), Forlì, Bottegone (PT), Roma, Valdagno (VI), Costermano (VR), Anzola dell'Emilia (BO), Marzano (PV), Pomezia (RM), Zola Predosa (BO) ed Elice (PE)	
Numero "Cash & Carry":	5	
Numero Agenti con deposito:	4	
Numero di Partnership:	oltre 20	
Impianti:	2 di lavorazione e stoccaggio 3 di solo stoccaggio	
Numero dipendenti:	845 (numero medio 2015)	
Consiglio di Amministrazione	Paolo Ferrari Illias Aratri	Presidente (Consigliere indipendente) Vice Presidente
	Francesco Ospitali Pierpaolo Rossi	Amministratore delegato Amministratore delegato
	Giosuè Boldrini Claudia Cremonini Vincenzo Cremonini Giuseppe Lusignani Marinella Monterumisi Lucia Serra Antonio Tiso	Consigliere Consigliere Consigliere Consigliere indipendente Consigliere indipendente Consigliere Consigliere
Collegio Sindacale:	Ezio Maria Simonelli Davide Muratori Simona Muratori Stella Fracassi Marco Frassini	Presidente Sindaco effettivo Sindaco effettivo Sindaco supplente Sindaco supplente
Società di revisione:	PricewaterhouseCoopers S.p.A.	