



METRO ITALIA, NEL 2023-2024 FATTURATO A 2 MILIARDI

Milano, 11 febbraio 2025 – Si è chiuso con un fatturato record di **2 miliardi di euro** (+2,1% rispetto all'anno precedente) l'anno fiscale 2023/2024 di METRO Italia, l'azienda specializzata nel commercio all'ingrosso nel settore Horeca. Un risultato trainato da tutti i canali di vendita, che hanno registrato performance in linea con il 2022-2023. Un anno positivo in termini di fatturato, caratterizzato da importanti investimenti a supporto della strategia multicanale e ristrutturazioni ispirate a principi di sostenibilità di lungo periodo.

Il principale player del settore, unica azienda a offrire in Italia tre canali di vendita integrati, è presente con **48 punti vendita in 16 regioni, 2 depositi** per il canale FSD (Food Service Distribution) e **circa 3.800 dipendenti**.

A livello globale il Gruppo METRO AG ha registrato un fatturato di **31 miliardi di euro** (+1,6% rispetto al 2022-2023).

"L'anno fiscale appena concluso è stato ricco di sfide. Con un fatturato record, l'Italia si conferma uno dei mercati chiave per la crescita globale di METRO. Questi numeri evidenziano il valore del nostro approccio multicanale e il costante impegno nel supportare i professionisti dell'Horeca. Nel nuovo anno, proseguiremo nell'attuazione della Strategia 2030, concentrandoci su tre priorità fondamentali: consolidare il nostro business multicanale nei territori di grande potenziale come la Toscana e la Sardegna, far evolvere i nostri punti vendita, offrire assortimenti sempre più mirati alle esigenze dei clienti. L'obiettivo è continuare a essere il partner d'eccellenza per il mondo HoReCa, puntando su innovazione e valore per il territorio, con una confermata attenzione alla sostenibilità futura dell'azienda."
- afferma **David Martínez Fontano, CEO di METRO Italia** dal settembre 2024.

Nel 2023-2024 il **Cash&Carry**, che rappresenta il 76% delle vendite totali di METRO Italia, ha registrato un fatturato stabile, seppur sotto le aspettative, di **1,5 miliardi di euro** (+0,2% rispetto al 2022-2023).

Il **Food Service Distribution – FSD** (delivery) ha chiuso l'anno con un fatturato di **466 milioni di euro** (+7,3% rispetto al 2022-2023).

Il **Mercato Online**, operativo in Italia, Germania, Spagna, Portogallo, Paesi Bassi e Francia, ha chiuso l'anno fiscale con un fatturato di **21 milioni di euro** (+67% rispetto al 2022-2023). Il marketplace aperto a tutti offre oltre **200.000 attrezzature professionali** di circa **200 aziende partner**.

METRO Italia vanta un assortimento di **circa 30.000 referenze**, di cui **circa 22.500 Food** e **circa 8.000 Non Food**, messe a disposizione di circa **200.000 clienti**. Sul totale delle referenze Food, ben **7.000 sono quelle locali (23%)** - referenze che l'azienda mette a disposizione dei propri clienti grazie a una rete di **circa 800 fornitori partner** distribuiti sul territorio italiano. Sono 3.500 inoltre i



prodotti "Own Brand" a marchio METRO, che nel 23-24 hanno raggiunto i **669 milioni di euro** di fatturato (+7,0% sul 2022-2023).

Anno fiscale 2024-2025

Nell'anno fiscale 2024-2025 METRO proseguirà la propria evoluzione attraverso **investimenti mirati nelle aree di maggior potenziale**.

In Primavera verranno inaugurate due importanti strutture. A **Olbia** nascerà il **terzo punto vendita in Sardegna** dopo quelli di Cagliari e Sassari. Un nuovo concept ispirato a principi di digitalizzazione ed efficientamento della movimentazione delle merci.

A **Pontedera (Pisa)** sarà operativa la **terza piattaforma logistica dedicata alle consegne dirette ai clienti (FSD)**. La struttura di 9.000 metri quadrati aumenterà la capillarità dell'offerta di METRO in Toscana, dove l'azienda è già presente con i punti vendita di Lucca, Sesto Fiorentino, Firenze e Pisa.

Ispirata a principi di **sostenibilità economica e ottimizzazione della presenza sul territorio** è la razionalizzazione delle attività commerciali in alcune aree. In Trentino-Alto-Adige, dove METRO è presente con i punti vendita di Merano, Brunico e Trento, le attività dei due punti vendita di Bolzano sono state ottimizzate e accorpate in un'unica struttura rinnovata.

A settembre 2024 l'azienda ha annunciato la chiusura dei punti vendita di Rimini e Pozzuoli. A pesare sui due store sono state le costanti performance negative degli ultimi anni nonostante gli investimenti messi in atto. L'azienda continuerà a servire i clienti dei due territori attraverso il canale delivery (FSD) e il mercato online.

Per quanto riguarda le tematiche **ESG**, l'azienda ha proseguito il programma di ammodernamento degli **impianti di illuminazione e di refrigerazione** dei punti vendita. All'inizio del 2025 è stata annunciata anche una **partnership con A2A** per l'installazione di **156 punti di ricarica per i veicoli elettrici e ibridi plug-in presso 33 punti vendita in 14 Regioni**. Sono già **90** in **18** punti vendita le prese di ricarica attive, a disposizione della clientela di METRO e di chiunque voglia ricaricare il proprio veicolo.

Guardando invece a quanto fatto per combattere lo spreco alimentare, l'azienda ha ulteriormente consolidato la collaborazione con la **Fondazione Banco Alimentare**, donando eccedenze di prodotti per **6 milioni di euro**, e avviato una nuova collaborazione con l'organizzazione **Azione Contro la Fame** per coinvolgere l'intero settore della ristorazione nella lotta contro la povertà alimentare.



METRO Italia, con uno staff di 3.800 dipendenti, è un'azienda specializzata nel commercio all'ingrosso nel settore Horeca. Presente in Italia in 16 regioni con 48 punti vendita, offre ai propri clienti la possibilità di scegliere in modo integrato tra diverse modalità di acquisto in funzione delle specifiche esigenze: dalla consegna (Food Service Distribution - FSD) al Cash and Carry, al canale digitale Mercato Online (<https://www.metro.it/marketplace/>). La rete distributiva si completa con due depositi, rispettivamente nelle aree metropolitane di Milano e di Roma, dedicati esclusivamente all'FSD. L'azienda ha circa 200.000 clienti con un focus specifico sulla ristorazione e l'ospitalità (Horeca). Uno dei pilastri della strategia dell'azienda è rappresentato dai suoi "prodotti a marchio" (Own Brand), commercializzati con i marchi METRO Chef (prodotti pensati dagli Chef per gli Chef), METRO Professional (prodotti sviluppati per i professionisti), RIOBA (ampio assortimento adatto alle esigenze di consumo dei clienti). Nell'anno fiscale 2023/2024 METRO Italia ha generato vendite pari a 2 miliardi di euro. Per maggiori informazioni visitare il sito www.metro.it. Nel mondo METRO opera in oltre 30 paesi, impiega oltre 85.000 persone e conta circa 15 milioni di clienti. Nell'anno finanziario 2023/24 ha generato un fatturato di 31 miliardi di euro. Operare in maniera sostenibile è un pilastro chiave per l'azienda, che è stata inserita in diversi ranking e indici di sostenibilità, come MSCI, Sustainalytics e CDP. Per maggiori informazioni visita il sito www.metroag.de.

METRO Italia

Alessandra Teruggi, Head of Corporate Communication - alessandra.teruggi@metro.it

Luca Cigliano, Corporate Communication Manager - luca.cigliano@metro.it, +39 3484599956

Alessandra Villa, Corporate Communication Specialist - alessandra.villa@metro.it + 39 3357853374

APCO Worldwide, Ufficio stampa METRO Italia

Elena Bonatti, Ilaria Bottazzi, Beatrice Bassi: METROItalia@apcoworldwide.com