

L'azienda leader del cash & carry presente alla manifestazione TuttoFood di Milano

METRO ITALIA AL CONVEGNO SUI CONSUMI FUORI CASA TRA CRISI E SVILUPPO

- **L'intervento di Claudio Truzzi, Responsabile Sistema Qualità di METRO Italia, al forum sul fuori casa**

Milano, 11 giugno 2009. Il mercato dei consumi alimentari in Italia vale oggi 215 miliardi di euro: il 33% di questi rappresenta i consumi alimentari fuori casa. Questi ultimi in Italia, però, non hanno mostrato l'ipotizzato progressivo sviluppo nell'ultimo decennio, ma dal 2002 il rallentamento della crescita ha confutato le teorie secondo le quali il mercato della Penisola si sarebbe allineato a quello dei Paesi anglosassoni. Un consumatore più razionale e attento, i luoghi di consumo outdoor come punti di aggregazione sociale, un sistema imprenditoriale basato sulla famiglia che per sopravvivere rischia di dimenticare l'italianità: su questo si è discusso questa mattina al convegno "I consumi fuori casa tra crisi e sviluppo", tenutosi durante la manifestazione TuttoFood alla Fiera di Milano. All'incontro sono intervenuti esperti e rappresentanti prestigiosi del settore e della filiera del "fuori casa", tra cui METRO Italia Cash and Carry, con l'obiettivo di delineare gli scenari di sviluppo di questa importante area di mercato.

"Abbiamo a cuore le sorti del mercato del fuori casa: molti dei nostri clienti professionali operano proprio in questo settore", spiega Claudio Truzzi, Responsabile Sistema Qualità di METRO Italia intervenuto alla tavola rotonda. "Investire nel settore del "fuori casa" – ha proseguito Truzzi - vuol dire promuovere non solo un capitale economico di grande valore che porta alla creazione di nuovi posti di lavoro, ma anche un capitale umano, capace di fondere la tradizione e l'italianità con l'innovazione e la sperimentazione. Questo obiettivo però si può ottenere solo se l'intera filiera collabora in grande sinergia tenendo come punto di riferimento comune la qualità.

Per quanto riguarda questo ultimo aspetto – ha sottolineato Truzzi - METRO Italia si è concentrata sullo sviluppo di materie prime che potessero garantire le migliori performance nelle preparazioni alimentari finali, per realizzare prodotti unici ed esclusivi. Inoltre stiamo avviando politiche di cobranding con i produttori di marca, per realizzare prodotti a marchio privato studiati specificatamente per la clientela professionale.



Comunicato stampa

METRO Italia – ha concluso Truzzi - ha inoltre siglato un accordo con AIA per l'introduzione del marchio Itallialleva su tutte le carni di origine italiana, nonché sui prodotti di derivazione animale (latticini, formaggi, ecc.) per dare risalto all'italianità del prodotto alimentare di qualità e garantirne la qualità costante attraverso l'applicazione di disciplinari particolarmente rigorosi.”

METRO Italia, parte di METRO Group, uno dei maggiori gruppi distributivi internazionali, è oggi presente sul territorio nazionale con 48 magazzini in 16 regioni, vanta oltre 1.200.000 clienti professionali attivi, 30.000 prodotti in assortimento suddivisi in 11.000 referenze per il settore alimentare (food) di cui 8.000 di prodotti secchi e 3.000 di prodotti freschi, e 19.000 referenze nel settore non alimentare (non food). I collaboratori sono circa 5.000. Per maggiori informazioni si prega di consultare il sito www.metro.it

METRO Cash & Carry è presente oggi in 29 Paesi con più di 650 magazzini self-service all'ingrosso. Con oltre 100.000 dipendenti in tutto il mondo, l'azienda ha raggiunto nel 2008 un fatturato di 33.1 miliardi di Euro. METRO Cash & Carry è una divisione di METRO Group, uno dei maggiori e più importanti gruppi distributivi internazionali, il cui fatturato nel 2008 è stato di 68 miliardi di Euro. Il Gruppo occupa all'incirca 300.000 collaboratori ed è presente con oltre 2.200 punti vendita in 32 Paesi. Le performance del Gruppo si fondano sulla forza delle sue divisioni commerciali che operano in modo indipendente nei rispettivi segmenti di mercato: METRO/MAKRO Cash & Carry - leader internazionale nel self-service all'ingrosso, ipermercati Real, Media Markt e Saturn - leader europeo nella distribuzione dell'elettronica di consumo ed i magazzini Galeria Kaufhof. Maggiori informazioni su: www.metrogroup.de

Per contatto:

Ufficio Stampa METRO Italia: Communications Manager/Media Relations:
Susanna Bettoni – susanna.bettoni@metro.it

Agenzia: Below Communication and Media Relations srl:
Lucio Bergamaschi 349/8675241 lucio.bergamaschi@below.it

sb/mm