

METRO ITALIA CASH AND CARRY: NASCE A ROMA “LA CASA DELL’HORECA”

Un nuovo store dedicato espressamente alle esigenze dei professionisti della ristorazione e dell’ospitalità per affermare ancora di più la strategia focalizzata sulla prossimità al cliente e sul servizio. Con particolare attenzione alla sostenibilità ambientale.

Milano, 9 luglio 2012 – **Una realtà multicanale ed integrata, per poter offrire soluzioni su misura e in grado di rispondere alle esigenze del cliente Horeca** di oggi, con assortimento dedicato, personale specializzato e possibilità di combinare le modalità di approvvigionamento: nasce a Roma il nuovo punto vendita di METRO Italia Cash and Carry, in Via Salaria 1272, nell’ambito della strategia del colosso tedesco di incrementare la propria presenza e leadership sul mercato italiano.

“La Casa dell’Horeca” di Roma Salaria sarà un punto di riferimento per i professionisti della ristorazione e dell’accoglienza: bar, hotel, ristoranti tradizionali fino agli chef gourmet potranno trovare una risposta alle loro esigenze grazie **all’assortimento dedicato, in particolare nel reparto freschi e freschissimi**, ingredienti di base per il successo di ogni ricetta. “La Casa dell’Horeca” sarà un punto vendita vocato a dare lustro alle tradizioni e al territorio offrendo **circa 300 referenze di prodotti locali con gli standard di efficienza** tipici di un’azienda leader a livello internazionale.

A ciò si aggiunge l’elevata qualità che METRO garantisce, in ogni punto vendita, attraverso il **sistema di controllo dei prodotti di filiera e a marchio**, che attesta la provenienza selezionata, le caratteristiche sensoriali, le modalità di allevamento e di coltivazione secondo specificati principi di benessere animale e di buone pratiche agricole, la sicurezza igienico sanitaria nella lavorazione delle carni e dell’ortofrutta, oltre che una corretta conservazione dei prodotti durante il trasporto dal fornitore alle piattaforme logistiche e da queste ai punti vendita.

L’ampia gamma di prodotti di qualità è arricchita da **servizi professionali disegnati per fornire un supporto completo ai professionisti Horeca**: un approccio multicanale che offre al cliente professionale la possibilità di scegliere, ogni giorno, la propria combinazione ottimale tra la tradizionale modalità di approvvigionamento Cash and Carry e servizi che combinano l’ordine telefonico al pick up in punto vendita (Pronto METRO) o, al contrario, acquisto in store della merce e consegna presso l’attività commerciale (CONSEGNA METRO). Il cliente può anche scegliere di ricorrere al servizio “*METRO da te*” con ordine telefonico e tutto l’assortimento e la qualità del cash and carry consegnata direttamente al cliente.

“La Casa dell’Horeca è il quarto punto vendita METRO a Roma e garantisce il presidio della parte Nord della città, rivolgendosi ad un comparto strategico per l’economia cittadina – commenta Philippe Palazzi, Amministratore Delegato di METRO Italia – quello dei professionisti della ristorazione e dell’ospitalità. Questo nuovo concept rappresenta una chiara messa a fuoco da parte di METRO della sua mission di partner strategico dei professionisti della ristorazione e dell’ospitalità: un luogo dove il cliente professionale è di casa, dove trova veramente tutte le soluzioni per il proprio business”.

In nome del forte legame al territorio, la gran parte dello **staff** è originaria della zona di Roma, reclutato ad hoc per il **concept** de “La Casa dell’Horeca”.

Comunicato stampa

“Nel nuovo store il cliente può contare su professionisti altamente specializzati e orientati al cliente, che parlano più lingue, capaci di rispondere alle esigenze del cliente professionale della capitale, sempre più internazionale e multietnico – aggiunge Davide Marconi, Direttore del nuovo punto vendita di Roma Salaria – Anche i prodotti sono vicini al territorio; Roma è infatti una realtà speciale, dove la cucina italiana sposa un'enormità di varietà locali, che incontrano l'orgoglio dei ristoratori e dei clienti. A tal proposito offriamo un vasto assortimento dei cosiddetti localismi, irrinunciabili per qualsiasi ristoratore romano e per tutti i clienti, italiani e non, che scelgono di vivere un'esperienza culinaria nella capitale.

Inoltre, l'attenzione per l'ambiente ne “La Casa dell'Horeca” è un impegno **concreto**. La sostenibilità ha, infatti, guidato le scelte in fase di progettazione e realizzazione del nuovo store, dotato di tecnologie volte a ridurre significativamente l'impatto sull'ambiente: facciata in legno impregniata da un rigoglioso giardino verticale, prese esterne per la ricarica delle auto elettriche e pannelli solari per la produzione di acqua calda ed energia elettrica; all'interno, banchi frigoriferi con impianti di refrigerazione a basso impatto ambientale, luci a LED e ottimizzazione dell'uso di luce naturale.

Ma non è tutto: **gli ambasciatori del “La Casa dell'Horeca”**, che ogni giorno visitano il cliente presso la propria attività, **viaggeranno esclusivamente su veicoli a basso impatto ambientale**: mezzi 100% elettrici per il primo store 100% Horeca.

METRO Italia, parte di METRO Group, uno dei maggiori gruppi distributivi internazionali, è oggi presente sul territorio nazionale con 48 punti vendita all'ingrosso in 16 regioni, e uno staff di oltre 4500 dipendenti. Vanta oltre 1.200.000 clienti professionali attivi e più di 30.000 prodotti in assortimento, suddivisi in oltre 10.000 referenze per il settore alimentare (food) e oltre 20.000 referenze nel settore non alimentare (non food). Per maggiori informazioni si prega di consultare il sito www.metro.it

METRO Cash & Carry è presente in 29 paesi con oltre 700 punti vendita self-service all'ingrosso. Con più di 120.000 dipendenti in tutto il mondo, l'Azienda ha raggiunto un fatturato di circa €31 miliardi nel 2011.

METRO Cash & Carry è una divisione di METRO Group, una delle aziende di vendita al dettaglio più grande e più internazionale. Nel 2011 il Gruppo ha raggiunto un fatturato di circa €67 miliardi. Grazie a un organico di oltre 280.000 dipendenti, l'Azienda è presente con circa 2.200 punti vendita in 32 paesi. Le performance del Gruppo sono il risultato della forza dei suoi marchi 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 del mercato europeo nell'elettronica al consumo e i punti vendita Galeria Kaufhof. Per maggiori informazioni: www.metrogroup.de

Contatti:

Head of Communications and Public Relations

Simona D'Altorio

Tel. 02.51712 449 e-mail: ufficiostampa@metro.it