



Italia Cash and Carry

Comunicato stampa

METRO Italia Cash and Carry lancia a Pescara il primo “METRO PIAZZA AFFARI”

“Attenzione : Caduta Prezzi” è il leit motif del concept di ultima generazione in casa METRO : ritorno all’essenza del Cash and Carry e massima efficienza interna, per garantire prezzi mediamente inferiori del 14% circa rispetto al prezzo continuativo!¹

Sambuceto (Ch), 21 Febbraio 2013 – Lo storico punto vendita METRO Italia Cash and Carry di Via Po 53, inaugurato nel suo primo formato nel 1998, si veste di nuovo per offrire ai clienti la vera essenza dell’ingrosso. Dalla sua profonda trasformazione nasce il primo “ METRO Piazza Affari” d’Italia, al servizio della clientela professionale locale con prezzi mediamente inferiori del 14% circa rispetto al precedente prezzo continuativo.

Il business model di METRO resta quindi in costante evoluzione, per allinearsi in modo dinamico alle esigenze dei clienti, con la proposta di servizi e di soluzioni per supportare la competitività di ciascuno di loro nel tempo.

Dopo l’apertura lo scorso luglio 2012 a Roma della prima “Casa dell’Horeca”, METRO Italia continua infatti a perseguire la propria politica di investimento sul mercato italiano, segmentando le piazze in cui competere con strategie differenti. La profonda differenza in termini di consumi e potenziale tra il Nord e il Sud dell’Italia, infatti, comporta la necessità di lavorare su *concept* differenti, per rispondere in modo sostenibile alle esigenze del cliente e ai variegati contesti socioeconomici locali.

“L’Italia resta un mercato in cui METRO crede molto - commenta Philippe Palazzi, Amministratore Delegato METRO Italia Cash and Carry – e il lancio del nuovo concept METRO Piazza Affari, a seguito della trasformazione del punto vendita di Sambuceto, fa seguito ad un cospicuo investimento da parte del Gruppo per rilanciare la piazza abruzzese, dopo anni difficili di profondo calo dei consumi; Nonostante lo scenario difficile noi crediamo che quest’area abbia ancora un potenziale interessante, ma per coglierlo – nell’interesse di tutti – è necessario adattare il modello di business alle esigenze del territorio, che peraltro ha caratteristiche comuni con altre aree del centro sud. In questo senso abbiamo scelto Pescara-Sambuceto quale store pilota del nuovo formato italiano “METRO Piazza Affari”, con l’idea di testarne l’efficacia per una sua eventuale replica su altre piazze del centro-sud”, conclude Palazzi.

“Competitività nel prezzo, ribassi su oltre mille prodotti, sconti-quantità permanenti per garantire importanti occasioni a tutti coloro che acquistano grandi volumi e offerte imperdibili ogni settimana: questi sono solo alcuni degli aspetti che caratterizzano METRO Piazza Affari” Aggiunge Vincenzo Ambrosini, Direttore del punto vendita di Sambuceto.

METRO CASH & CARRY Italia, parte di METRO Group, uno dei maggiori gruppi distributivi internazionali, è oggi presente sul territorio nazionale con 49 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 € 32 miliardi nel 2012.

¹ Gli articoli considerati sono 1046, appartenenti alle categorie secchi e freschi, sui quali è prevista una riduzione media ponderata di prezzo del 13,9%, promozioni escluse.



Italia Cash and Carry

Comunicato stampa

METRO Cash & Carry è una divisione di METRO Group, una delle aziende di vendita al dettaglio più grande e più internazionale. Nel 2012 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