Mercato Online di Metro, oltre 26mila nuovi clienti nel primo anno di attività

20230705122145metroinsegna-40695415

Il nuovo canale digitale di vendita lanciato da Metro a luglio 2022 ha permesso all'azienda di **raggiungere 26.000 nuovi clienti**. Il Mercato Online, disponibile con consegna su tutto il territorio nazionale entro 72 ore dall'ordine, è ormai uno dei principali marketplace HoReCa non food del settore.

Nel solo mese di giugno 2023 il nuovo canale di vendita ha raggiunto **circa 2 milioni di euro di fatturato e oltre 5.000 clienti serviti.** Sul marketplace sono disponibili 65.000 prodotti di attrezzatura non alimentare grazie a circa 200 partner attivi. Per la consegna dei prodotti presenti sul marketplace, Metro si avvale di un magazzino dedicato inaugurato a Casei Gerola, in provincia di Pavia. Situato in un'area strategica del Nord Italia, ha ricevuto la certificazione Leed Platinum, la più alta in termini di sostenibilità e risparmio energetico.

"A un anno dal lancio siamo estremamente soddisfatti dei risultati ottenuti dal Mercato Online" afferma **Pietro Caprara**, Head of Digital Business Metro Italia. *"Il riscontro ricevuto è stato strepitoso, a conferma del fatto che il nuovo canale di vendita rappresenta un* ***tassello fondamentale*** *nella nostra Strategia sCore 2030, volta a sviluppare i canali digitali e* ***potenziare i servizi a disposizione*** *dei clienti in Italia. Con il Mercato Online, inoltre, riusciamo a* ***raggiungere i nostri clienti e i clienti potenziali anche dove non siamo presenti con i nostri store****, aumentando così la capillarità della nostra offerta".*

In questo primo anno di attività, la maggior parte degli ordini è arrivata dalla **Lombardia**, seguita dalla **Liguria**, dal **Lazio e Sardegna**. Tra le categorie più acquistate ci sono prodotti come **attrezzature per cucine e catering**, seguiti dalla categoria **arredo esterno e hotel/area ospiti** e dai **prodotti per l'ufficio** (logistica, manutenzione e pulizia/igiene).

La proposta del Mercato Online, che è attualmente attivo in Germania, Spagna, Italia, Portogallo e Paesi Bassi con oltre 1 milione di prodotti legati al **settore HoReCa**, è frutto della volontà di Metro di andare incontro alle esigenze dei clienti, che sempre più richiedono soluzioni digitali fruibili con facilità e convenienti dal punto di vista economico.

Da questa logica deriva anche l'investimento che l'azienda ha fatto nella promozione della **piattaforma** DISH, che conta oggi più di 30mila utenti HoReCa. Si tratta di un set di tre servizi offerti per **semplificare l'attività del ristoratore** massimizzando i profitti: creazione e gestione del sito web; servizio di prenotazione dei tavoli; gestione degli ordini online e della delivery.