

MAKRO LANZA UN VINO SOLIDARIO DE SU MARCA “LA SASTERÍA” PARA LUCHAR CONTRA LA COVID-19

- La compañía ha lanzado una edición exclusiva de 10.000 botellas de su marca “La Sastrería” para recaudar fondos y acelerar la investigación científica del virus
- Por la compra de cada botella, MAKRO donará una parte al CNB-CSIC, Centro Nacional de Biotecnología del Consejo Superior de Investigaciones Científicas quien está trabajando en diferentes líneas de investigación relacionadas con esta pandemia para facilitar la futura vacuna

Madrid, 22 de septiembre de 2020.- MAKRO, en su apuesta por desarrollar iniciativas de apoyo a la sociedad con motivo de la crisis sanitaria actual, ha lanzado una edición solidaria de su vino “La Sastrería” para recaudar fondos para luchar contra la Covid-19.

La compañía ha creado una edición única compuesta por 10.000 unidades dentro de su colección de vinos de Marca Exclusiva “La Sastrería”, elaborado con uva Garnacha, procedente de la D.O. Cariñena, un vino de excelente calidad y personalidad. MAKRO donará parte de la recaudación de la venta de este vino al **CNB-CSIC, Centro Nacional de Biotecnología del Consejo Superior de Investigaciones Científicas** quien está trabajando en diferentes líneas de investigación relacionadas con esta pandemia para facilitar la futura vacuna.

En palabras de **Marta Pérez Postigo, Directora de Comunicación corporativa & sostenibilidad**: *“desde que se inició la crisis sanitaria, en MAKRO hemos estado muy involucrados desarrollando múltiples iniciativas para apoyar y ayudar a los colectivos más afectados. El lanzamiento de este vino se suma a las distintas acciones solidarias que hemos puesto en marcha desde el mes de marzo y con él, pretendemos aportar nuestro granito de arena para que esta situación finalice lo antes posible”.*

Desde el comienzo de la pandemia, MAKRO ha puesto en marcha varios proyectos para mitigar la situación. En este sentido, ha mostrado su total predisposición y compromiso para colaborar con las autoridades sanitarias y gubernamentales durante la crisis sanitaria generada por la Covid-19 y ha trabajado tanto a nivel regional como nacional con diferentes entidades y autoridades para contribuir a reducir el impacto de la pandemia en el país. Así, la compañía puso a disposición de la **Agencia Española del Medicamento y Producto Sanitario (AEMPS)** y la **Unidad Militar de Emergencias (UME)**, el stock de sus establecimientos para cubrir las necesidades que puedan surgir y ha cedido, en caso de que lo necesitaran, el espacio disponible en los parkings de sus centros.

También amplió su acuerdo con la **Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL)** para la donación de productos que ayuden a paliar posibles necesidades debidas al estado de alarma y también ha colaborado con el **Servicio Madrileño de Salud** en el hospital de campaña montado en las instalaciones de IFEMA con la entrega de alimentos para las personas más necesitadas, así como

distribuyendo productos a las residencias de mayores de la Comunidad de Madrid, uno de los sectores más afectados por la crisis sanitaria.

MAKRO incrementó, además, sus esfuerzos en las localidades en las que está presente a través de **donaciones a comedores o entidades sociales, hospitales y autoridades locales**. La compañía ha sido proveedor de las donaciones de alimentos de la **ONG World Central Kitchen** del Chef José Andrés, que se encargó de repartir diariamente raciones de comida a los grupos más vulnerables afectados por la crisis del coronavirus.

Fruto de todo este esfuerzo, MAKRO ha obtenido el **identificativo Garantía Madrid** por parte de la Comunidad de Madrid en reconocimiento a las buenas prácticas desarrolladas por la compañía a la hora de aplicar protocolos de seguridad frente al coronavirus y la realización de actividades de carácter solidario en apoyo a la sociedad durante la pandemia.

SOBRE MAKRO

MAKRO, filial española del grupo alemán METRO, es la empresa de distribución del sector de la hostelería en España. Cuenta con más de 900.000 clientes y con 37 centros distribuidos en 15 Comunidades Autónomas. MAKRO ofrece al hostelero una experiencia de compra omnicanal con más de 42.000 productos, soluciones y servicios adaptados a sus necesidades, apostando por el producto local y por el producto fresco de calidad. En el año fiscal 2018/2019, MAKRO obtuvo unas ventas consolidadas de 1.256 millones de euros. Más información en www.makro.es

SOBRE METRO

METRO es la compañía mayorista internacional líder de productos de alimentación y no alimentación especializada en atender las necesidades de hoteles, restaurantes y caterings (HoReCa) y comercios independientes. En el mundo, METRO cuenta con 16 millones de clientes que pueden elegir entre realizar sus compras en sus establecimientos de gran formato, realizar pedidos online y recogerlos en los centros, o pedir que se lo acerquen a su establecimiento. Además, METRO apoya la competitividad de emprendedores y negocios propios mediante soluciones digitales, contribuyendo así a la diversidad cultural en el sector retail y de la hostelería. Asimismo, la sostenibilidad es un pilar clave en el negocio de METRO. Por ello, el grupo ha sido reconocido como el líder europeo en el índice de sostenibilidad de Dow Jones (Dow Jones Sustainability Index). La compañía opera en 34 países y cuenta con más de 100.000 empleados en el mundo. En el año fiscal 2018/2019, METRO alcanzó unas ventas de cerca de 27.100 millones de euros. Más información en www.metroag.de

Para más información

COMUNICACIÓN MAKRO

María José Cabello Espuny mariajose.cabello@makro.es – 639 080 043

AGENCIA DE COMUNICACIÓN – OGILVY

Judit Agudo: judit.agudo@ogilvy.com – 669 240 937

Aida Rodríguez: aida.rodriguez@ogilvy.com - 676 42 98 35