

MAKRO SE COMPROMETE CON LA GASTRONOMÍA SOSTENIBLE

- La compañía hace un llamamiento al sector en el Día Internacional de la Gastronomía Sostenible para, entre todos, conseguir un futuro 100% respetuoso con el medio ambiente y los recursos naturales
- La estrategia de ADN Local de MAKRO apuesta por el cuidado del origen y de los pequeños y medianos proveedores, tan afectados por la crisis del Covid-19
- Además, cuenta con una línea de productos biodegradables-desechables con el objetivo de reducir los plásticos de un solo uso en la hostelería

Madrid, 17 de junio de 2020.- La sostenibilidad cobra cada vez más protagonismo en territorios tan relevantes para la economía y el desarrollo de nuestro país como el gastronómico. Así, **MAKRO**, como socio de la hostelería, hace un llamamiento en el **Día Internacional de la Gastronomía Sostenible** para, entre todos, conseguir un futuro sostenible del sector.

Este día, conmemorado por la **ONU**, pone de manifiesto la importancia de cuidar nuestros recursos naturales y el origen y producción de los ingredientes que forman parte de la gastronomía. En este sentido, MAKRO trabaja de forma constante para encontrar soluciones que permitan que su actividad sea lo más sostenible posible.

En respuesta a este compromiso, la compañía apuesta por ofrecer productos de proximidad a través de la iniciativa **ADN Local** que apoya a pequeños y medianos productores locales. Más aún en estos momentos, en los que están afectados por el impacto negativo del Covid-19. Así, se visibiliza su esfuerzo y trabajo diario; se apuesta por productos KM.0, procedentes de un radio no mayor a 150km, socialmente responsables con el medioambiente y con el crecimiento de la economía local; y finalmente, se pone en valor el territorio y el origen de los productos.

En este sentido, durante la actual crisis, MAKRO ha buscado reforzar su compromiso con ganaderos y agricultores para ayudarles a mitigar el impacto económico en sus negocios y reducir el desperdicio alimentario a través de acuerdos para promover la venta de sus productos en los establecimientos de la compañía en nuestro país. Así, ha impulsado las referencias de productores de cordero y cochinillo de Castilla y León, o productores de piña tropical de las islas Canarias, entre otros.

Además, la búsqueda de la sostenibilidad en MAKRO va más allá, intentando adelantarse y ofrecer recursos sostenibles al sector hostelero. La compañía cuenta con una gama de más de **120 productos biodegradables-desechables**, producidos con componentes naturales compostables que mantienen los máximos estándares de calidad y resistencia, con el objetivo de **reducir el uso de plásticos de un solo uso en la hostelería**. Una medida muy en línea con la actual propuesta de Ley de Residuos y Suelos Contaminados que desde el Ministerio de Transición Ecológica y el Reto Demográfico vienen impulsando para el sector.

Este tipo de iniciativas, que se enmarcan dentro de la estrategia de Responsabilidad Social de MAKRO, que ponen de manifiesto su compromiso con la hostelería, con un futuro cada vez más sostenible y que persigue contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

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 una compañía internacional líder de productos de alimentación y no alimentación especializada en atender las necesidades de hoteles, restaurantes y caterings (HoReCa) y comercios independientes. Opera en 34 países y emplea a más de 100.0000 personas en todo el mundo. En el año fiscal 2018/1019, METRO alcanzó unas ventas de cerca de 27.100 millones de euros. Con sus marcas METRO/MAKRO Cash & Carry y Real, así como con sus servicios de entrega, METRO ha definido sus estándares para el futuro marcados por un enfoque al cliente, soluciones digitales y modelos de negocio sostenibles. METRO/MAKRO Cash & Carry tiene presencia en 25 países con más de 750 centros y cuenta con 100.000 empleados en todo el mundo. Más información en www.metroag.de