

MAKRO REFUERZA SU MARCA PROPIA CON CERCA DE 400 REFERENCIAS NUEVAS Y DEJA CLARA SU APUESTA POR LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS Y BIODEGRADABLES

- En su apuesta por la sostenibilidad, en la actualidad cuentan con 165 referencias bio, entre las que destacan algunas novedades como vasos biodegradables, pajitas de papel o productos de agricultura ecológica como los huevos camperos.
- Asimismo, ha conseguido reducir el plástico en más de 40 productos de marca propia, lo que equivale a una disminución de producción de cerca de 4.500 Kg menos de este material al año.

Madrid, 11 de febrero 2021. Durante 2020, un año marcado por la crisis sanitaria de la Covid-19 y su duro impacto en la hostelería, MAKRO continuó mejorando su surtido de marca propia para ofrecer las mejores y más adaptadas alternativas a los bares y restaurantes. Así, la compañía ha lanzado 383 nuevas referencias de marca propia, apostando por reforzar sus **productos ecológicos y responsables con el medio ambiente.**

La compañía cuenta ya con un total de 165 referencias bio y continúan trabajando para lograr ampliar ese surtido. En esta gama de productos, destacan novedades como los **vasos biodegradables** (100% reciclables) o las **pajitas de papel**, productos demandados por los hosteleros dado el incremento del *delivery* y el *take away* en este último año y la necesidad de dar respuesta sostenible a estos formatos de consumo. Según el “Estudio MAKRO sobre Hostelería y Consumidor”, **más de 3 de cada 4 consumidores** considera muy importante o bastante importante que se **controle el impacto medio ambiental en los pedidos a domicilio.**

MAKRO además ha apostado por productos de **agricultura ecológica** como los huevos camperos. En este sentido, la compañía se ha marcado como objetivo para 2022 que el 100% de las referencias de las marcas de MAKRO de huevo y huevo líquido provengan de gallinas libres de jaulas.



Asimismo, entre los cerca de 400 lanzamientos, destacan las gamas específicas de productos adaptados a necesidades actuales como son el queso sin lactosa, el gazpacho y salmorejo sin gluten, o el agua en *brick*. De esta manera, la compañía demuestra tener en cuenta los intereses de los consumidores de bares y restaurantes y ofrece alternativas útiles para que los hosteleros puedan cubrir estas necesidades. A estas novedades se suman otras referencias de alta calidad preparadas para los paladares más exquisitos, entre las que destacan la ventresca y lomo ahumado MAKRO Premium o las anchoas y boquerones MAKRO Premium.

En cuanto a la **reducción de plástico**, durante este año, MAKRO ha logrado disminuir la presencia de este material en un total de 41 de sus referencias, tanto nacionales como internacionales. Este esfuerzo se traduce en una reducción de producción de cerca de 4.500 Kg menos de este material al año (tomando como referencia las ventas de 2020). Desde la compañía afirman además que seguirán trabajando en esta línea mediante constantes revisiones de las diferentes categorías de productos de aquí a 2023.



Además, desde el inicio de la crisis sanitaria de la Covid-19, la compañía ha estado muy involucrada con las autoridades sanitarias y gubernamentales a través de diferentes contribuciones o iniciativas. Un ejemplo de ello ha sido el lanzamiento de un nuevo **vino solidario** de su marca propia “La Sastrería” en una edición limitada de 10.000 botellas. Así, una parte de la recaudación ha sido destinada a la investigación científica de la Covid – 19 que desarrolla el **CNB-CSIC, Centro Nacional de Biotecnología del Consejo Superior de Investigaciones Científicas**.

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) durante 7 años consecutivos. La compañía opera en 34 países y cuenta con más de 97.000 empleados en el mundo. En el año fiscal 2019/2020, METRO alcanzó unas ventas de 25.600 millones de euros. Más información en www.metroag.de

Para más información

COMUNICACIÓN MAKRO

Vanessa Cardenosa: vanessa.cardenosa@makro.es -620 187 617

AGENCIA DE COMUNICACIÓN – OGILVY

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

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