Tisková zpráva, XY. 5. 2021

**„Myslíme na váš úspěch i planetu.“**

**makro ČR představuje své udržitelné aktivity v kampani #PROBUDOUCNOST**

**Síť velkoobchodů makro Cash & Carry ČR startuje novou udržitelnou kampaň #PROBUDOUCNOST se sloganem „Myslíme na váš úspěch i planetu“. Jejím cílem je představit aktivity, které makro v rámci udržitelnosti dlouhodobě dělá, a inspirovat a edukovat zákazníky k odpovědnějšímu přístupu k životnímu prostředí. Kampaň je rozdělena do několika fází, z nichž první z nich byla zahájena na začátku května a vysvětluje, proč by měli zákazníci hledat a přijímat udržitelná řešení ve svém podnikání. Součástí kampaně je také spuštění nového informačního webu makro.cz/udrzitelnost**

Udržitelnost je jedním ze základních principů společnostia stala se tak součástí firemní kultury. **makro** se proto dlouhodobě zaměřuje na rozvoj udržitelného podnikání nejen v rámci vlastních aktivit, ale také s ohledem na své zákazníky. Kampaň #probudoucnost se opírá o pět klíčových pilířů: Společenská odpovědnost, Zodpovědný nákup, Udržitelné procesy, Inspirace zákazníků a partnerů a Péče o zaměstnance. Tyto pilíře jsou základem pro dlouhodobé cíle a závazky, které **makro** ve svém podnikání přijímá, mezi které patří například podpora lokálních dodavatelů, snižování potravinového odpadu a spolupráce s potravinovými bankami, zajištění dohledatelnosti produktů, certifikace palmového oleje, papírových a dřevěných výrobků, snižování obsahu cukru a soli, optimalizace obalových materiálů, eliminace uhlíkové stopy, snižování plastových či papírových odpadů rušením jednorázových igelitových tašek, nebo digitalizací letáků.

Kampaň si neklade za cíl pouze představit jednotlivé udržitelné a odpovědné aktivity, jedním z hlavních cílů je edukovat a inspirovat zákazníky velkoobchodu. „*Chceme našim zákazníkům ukázat, že udržitelné projekty nejsou prospěšné pouze pro planetu, ale z dlouhodobého pohledu jsou výhodné také pro jejich podnikání. Nebudeme-li se bavit pouze o prospěšnosti vůči životnímu prostředí, jako je například snižování emisí, omezování odpadu aj., udržitelná řešení mohou zákazníkům rovněž pomoci dlouhodobě snižovat náklady.*,“ **vysvětluje Martin Čivrný, manažer udržitelnost makro ČR**.

Za sloganem „Myslíme na váš úspěch i planetu“ se schovává dlouhodobý závazek společnosti **makro ČR** pomáhat rozvíjet podnikání svých zákazníků – nově však s větším důrazem na planetu a životní prostředí, ve kterém žijeme.

**Zodpovědný přístup k životnímu prostředí**

V první fázi kampaně makro představuje konkrétní projekty, které byly v **makro** v posledních měsících představeny s cílem naplnit některý z přijatých závazků společnosti. „*V minulých letech jsme se například zaměřili na eliminaci plastu, kdy jsme zrušili prodej všech igelitových tašek na všech prodejnách, a ty jsme nahradili znovupoužitelnou odolnou tašku z recyklovaných plastových lahví. Rovněž jsme rozšířili nabídku jednorázového nádobí o ekologické varianty prodávané pod vlastní značkou, které jsou vyrobené z cukrové třtiny. V prosinci loňského roku jsme také začali používat nový obal na čerstvé ryby vyrobený z tzv. hydropapíru, který je ekologičtější alternativou ke klasické alufolii,“* doplňuje **Martin Čivrný**.

**Komplexní marketingová kampaň**

Kampaň byla zahájena 3. května a je komunikována prostřednictvím velké škály komunikačních kanálů. Udržitelné produkty budou pravidelně propagovány v letácích **makro.** V prodejnách je kampaň podpořena in-store komunikací, například LCD obrazovkami, závěsnými deskami a dalšími tištěnými formáty, a nechybí ani out-of-store materiály. V neposlední řadě se pak kampaň objevuje také na sociálních sítích a v pravidelných newsletterech a je zaštítěna novou webovou stránkou, která shrnuje dosavadní udržitelné a odpovědné aktivity společnosti a nabízí bližší informace k jednotlivým projektům i partnerstvím.

\*\*\*

METRO je mezinárodní lídr, který se specializuje na velkoobchodní a maloobchodní prodej potravin. Společnost je zastoupená v 35 zemích a celosvětově zaměstnává 150 000 lidí. Ve finanční roce 2015/16 METRO dosáhlo prodejů ve výši 37 mld. EUR. Zaměřuje se na poskytování služeb odpovídajících specifickým potřebám velkoobchodních i maloobchodních zákazníků, a to na regionální i mezinárodní úrovni. Prostřednictvím svých obchodních značek METRO Cash & Carry, Real, služeb přímé distribuce a digitálních iniciativ METRO nastavuje standardy pro budoucnost: orientace na zákazníka, digitální řešení a udržitelné podnikání. Více informací naleznete na [www.metroag.de](http://www.metroag.de).

METRO/MAKRO Cash & Carry je zastoupeno ve 25 zemích, kde provozuje více než 750 samoobslužných velkoobchodů a zaměstnává 100.000 lidí.

**Pro více informací kontaktujte:**

**Kateřina Čajanková**

FleishmanHillard  
tel.: +420 774 105 612

e-mail: [cajankova@fleishman.com](mailto:cajankova@fleishman.com)

**Romana Nýdrle**

Manažerka korporátní komunikace MAKRO Cash & Carry  
tel.: +420 251 111 112

e-mail: [romana.nydrle@makro.cz](mailto:romana.nydrle@makro.cz)

[www.makro.cz](http://www.makro.cz)

[www.facebook.com/makro.cz](http://www.facebook.com/makro.cz)

[www.twitter.com/makrocr](http://www.twitter.com/makrocr)