

PETER GRIES, CEO DE MAKRO, PARTICIPA EN LAS JORNADAS R-TALKS DE LA ASOCIACIÓN DE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES (AECOC)

- El CEO de MAKRO ha destacado el importante papel que tiene la Hostelería como dinamizador de la economía y ha reclamado mayores ayudas para el sector
- Asimismo, el directivo ha puesto en valor la rapidez y creatividad con la que bares y restaurantes se están adaptando a las cambiantes restricciones impuestas con motivo de la pandemia

Madrid, 27 de enero 2021. Peter Gries, CEO de MAKRO España, ha participado esta mañana en la jornada R-Talks *¿Cuál es tu plan R?*, organizada por la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC). Esta iniciativa tiene como objetivo dar visibilidad a aquellas empresas y directivos que frente a la pandemia están adaptándose con rapidez para dar respuesta a las necesidades de la sociedad en este nuevo escenario.

El evento ha estado dirigido por **Patricia Fernández De Arroyabe Guzmán, Product Manager AECOC**, quien ha preguntado a Gries sobre los retos que ha traído consigo esta nueva realidad, así como las iniciativas puestas en marcha por MAKRO para fomentar la reinención, readaptación, redefinición y revisión del sector.

Durante su intervención, **Peter Gries** ha declarado: *“La hostelería siempre ha sido, y sigue siendo, un pilar fundamental y un gran revulsivo de la economía española. Es clave cuidar a este sector y evitar que se sigan sumándose clausuras de locales a los más de 100.000 negocios hosteleros que ya han tenido que echar el cierre, según Hostelería de España”.*

Asimismo, Gries ha querido reconocer el gran esfuerzo que los bares y restaurantes españoles están realizando para mantener a flote sus negocios, *“desde MAKRO, sentimos una gran admiración por todos los hosteleros y hosteleras que, tan rápidamente, se han adaptado y reinventado durante esta difícil crisis sanitaria. Nuestra compañía ha tratado estar a su lado y acompañarles desde el primer momento, con iniciativas como #UnoPuntoSiete, haciendo de altavoz de sus necesidades, o acercándoles formación y resolución a sus dudas de manera digital”.*

Asimismo, el CEO de MAKRO indicaba que *“existe un riesgo real de perder la riqueza y diversidad de la gastronomía española. Hay muchos negocios hosteleros que son familiares y no cuentan con todos los recursos necesarios para seguir a flote durante esta situación tan complicada. Nuestro reto es ayudarles a resistir”.*

Por ello, para MAKRO, la **digitalización** de los bares y restaurantes, como alternativa para continuar su actividad, se ha convertido en una prioridad, *“Hemos elegido el camino de reinventarnos, de buscar alternativas y pensar a nivel estratégico. Como socios de la hostelería,*

acercamos oportunidades que repercutan en un beneficio directo para nuestros hosteleros. Así, la democratización de los servicios digitales para bares y restaurantes es fundamental”.

Además, Gries añadía que, servicios como el *delivery* o *take away* han llegado para quedarse, con un mayor impacto positivo durante esta crisis sanitaria. Pero indica que, a futuro, cuando consigamos alcanzar una situación de normalidad, no será un sustituto del consumo en bares y restaurantes, sino un complemento de los servicios de la hostelería.

Para concluir, el CEO de MAKRO ha recalcado el compromiso de la compañía con el sector y ha señalado que MAKRO continuará trabajando sin descanso con el objetivo de garantizar las mejores condiciones para la continuidad y mantenimiento de la actividad de los bares y restaurantes en el país, contribuyendo así con la labor que ejercen las más de 1,7 millones de personas que trabajan en negocios hosteleros en España.

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

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