

En el marco del Día Mundial de los Océanos

MAKRO PROMUEVE EL CONSUMO DE PRODUCTOS RESPETUOSOS CON EL MEDIOAMBIENTE

- Con motivo del Día Mundial de los Océanos, la compañía quiere reforzar su compromiso con el entorno, promoviendo entre sus clientes la compra de productos sostenibles
- Makro cuenta con un surtido de 165 productos desechables biodegradables fabricados con materiales sostenibles, para reducir el plástico de un solo uso en la hostelería

Madrid, 7 de junio 2022. Con motivo del próximo **Día de los Océanos** (8 de junio), [Makro](#) ha puesto en marcha la iniciativa **Plastic Initiative**, por la que desde el 2 al 15 de junio animará a sus clientes a adquirir productos que cuenten con un *packaging* reciclable o cuyo envase haya sido elaborado con un porcentaje significativo de plástico reciclado. Mediante esta acción, Makro **refuerza su compromiso con el desarrollo de un modelo de negocio sostenible con el entorno y ayudar a sus clientes en el camino hacia la sostenibilidad.**

El impacto medioambiental que generan los envases de los productos que se consumen es, para el 81% de los españoles, un factor que influye en sus decisiones de compra, mientras que para el 60%, afecta en el momento de la compra¹. En este sentido, Makro trabaja por ofrecer a sus clientes hosteleros un amplio surtido de **productos desechables biodegradables**, fabricados con materiales sostenibles, con los que ayuda a reducir el consumo de plástico de un solo uso en hostelería, un surtido que ha incrementado su demanda por parte de la hostelería en los últimos años, dado el impulso los servicios de *take away* o *delivery*.

Así, la compañía cuenta con **165 referencias de productos de menaje desechables y biodegradables** (100% reciclables). Dentro de esta gama de artículos, hechos con componentes naturales compostables que mantienen los máximos estándares de calidad y resistencia, sus clientes pueden encontrar: platos fabricados con caña de azúcar, hoja de palma, pulpa de trigo y cartón; cubiertos elaborados con pulpa de maíz; pajitas para beber de papel y removedores de café de madera.

“Como compañía de distribución mayorista a hostelería, estamos comprometidos con contribuir de forma significativa al cuidado del medioambiente. Por ello, llevamos a cabo diferentes iniciativas como la apuesta por fuentes de energía 100% sostenibles en nuestros centros, el desarrollo de una amplia gama de productos 100% reciclables y la oferta de un surtido de frescos procedente de pequeños y medianos proveedores locales de KM. 0.”, ha afirmado Marta Pérez Postigo, directora de Comunicación y Sostenibilidad de Makro.

En relación al *packaging*, Makro revisa de forma continua los envases de sus productos de marca propia para conseguir alcanzar las 5 R's: Reducir, Reciclar, Reutilizar, Reconvertir y Recuperar. De esta manera, a través de medidas como la eliminación del plástico, reducción de tamaños de los envases o la sustitución por otros materiales, desde la compañía ya se ha logrado una

disminución de más de 19 toneladas totales de plástico virgen y se ha sustituido por plástico reciclado el *packaging* de 22 referencias de marca propia.

Asimismo, dentro de los objetivos de sostenibilidad que tiene la compañía para 2025 se encuentra la reducción de al menos un 10% de la cantidad total anual de plástico utilizado, tanto virgen como reciclado, con respecto al año 2019, priorizando materiales reusables, reciclables y compostables.

Para Makro, la sostenibilidad es más que trabajar en proyectos ambientales y sociales, es una cuestión de actitud y una forma de trabajo que abarca todos los aspectos del negocio: compromiso con los empleados, surtido sostenible, operaciones respetuosas con el medioambiente y compromiso social. La compañía entiende la sostenibilidad como una responsabilidad y una oportunidad para que todas sus operaciones estén en armonía con la naturaleza, la sociedad, empleados, clientes, inversores y socios.

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 2020/2021, Makro obtuvo unas ventas consolidadas de 1.097 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 17 millones de clientes que se benefician de la combinación multicanal de la empresa. Esto permite a los clientes elegir entre comprar en uno de sus centros de gran formato o hacer la compra online y recogerlo en tienda o pedir que se lo entreguen (Food Service Distribution, FSD). METRO también apoya la competitividad de los emprendedores y negocios independientes con soluciones digitales, contribuyendo así a la diversidad en el comercio y la industria hostelera. La sostenibilidad es uno de los principios corporativos de METRO y por ello figura desde hace 8 años en el Índice de sostenibilidad de Dow Jones. METRO opera en más de 30 países y emplea a más de 95.000 personas en todo el mundo. En el ejercicio 2020/21, METRO generó unas ventas de 24.800 millones de euros. Para más información, visite www.metroag.de o MPULSE.de, la revista online de METRO.

Para más información

COMUNICACIÓN MAKRO

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

AGENCIA DE COMUNICACIÓN – OGILVY

Cristina Sánchez: cristina.sanchez@ogilvy.com – 618 00 80 57

Paula Torrado: paula.torrado@ogilvy.com – 639 81 39 16

ⁱ *Fuente: PRO CARTON, “European Consumer Packaging Perceptions study”, 2018.