

18. novembra 2024

## **METRO rozumie potrebám svojich zákazníkov a neustále zlepšuje nákupné a podnikateľské prostredie**

**Férová cenová stratégia, modernizácia prevádzok spojená s digitalizáciou a ambiciózne ciele v oblasti udržateľnosti sú základnými piliermi snáh spoločnosti METRO, aby svojim zákazníkom uľahčila nakupovanie a podporila ich podnikanie.**

METRO na Slovensku prevádzkuje šesť veľkoobchodných predajní v Ivanke pri Dunaji, v bratislavskej Devínskej Novej Vsi, Nitre, Žiline, vo Zvolene a Košiciach. Sortiment a služby neustále prispôsobuje potrebám svojich zákazníkov, ktorými sú predovšetkým majitelia reštaurácií, jedální, hotelov (**HoReCa segment**), maloobchodníci s potravinami, ale i ďalší podnikatelia, predovšetkým malé a stredné podniky a živnostníci, ktorým METRO pomáha efektívnejšie zvládať ich obchodné výzvy.

### **Stabilné a výhodné ceny pre profesionálov**



V súčasnej dobe, keď je ekonomické prostredie a výhľad na nasledujúci rok stále náročný, chce METRO ešte viac podporiť svojich zákazníkov v ich profesionálnom biznise a raste. K tomu je potrebné zamerať sa predovšetkým na efektívnosť a produktivitu. Práve prevádzková efektívnosť a výkonnosť, vyspelá logistika a priame nákupy vo veľkých objemoch umožňujú spoločnosti METRO Cash & Carry SR s.r.o. **predávať tovar za dlhodobu stabilné férové veľkoobchodné ceny.** „Našou snahou je pomôcť zákazníkom tak, aby dokázali byť v podnikaní konkurencieschopní. Úplne rozumieme tomu, že potrebujú, aby ich nákupný košík bol cenovo udržateľný. Preto je potrebná aj pomoc z našej strany, aby sme dokázali partnerom garantovať ich efektívnosť v biznise,“ hovorí Romain Vincent, generálny riaditeľ

METRO Slovakia. „Naši obchodníci starostlivo vybrali **500 produktov potravinového i nepotravinového segmentu, pri ktorých chcú zaručiť najlepšiu cenu na trhu.** Úzko pri tom spolupracujú s našimi dodávateľmi. Pokračujeme tiež v programe „**Kúp viac, plat' menej,**“ do ktorého sme zaradili viac ako **5000 najobľúbenejších produktov**, ktoré sú pre našich zákazníkov kľúčové. Môžu sa tak spoľahnúť, že výhodná cena je garantovaná minimálne 2 mesiace. Svoje nákupy si tak vedú efektívne plánovať a riadiť si svoj cash flow. METRO zastrešuje aj alianciu **Môj obchod**, ktorá na Slovensku prevádzkuje viac ako 800 obchodov s potravinami. Ich prevádzkovatelia môžu získať **výhodné nákupné podmienky, zaujímavú bonusovú schému, a tiež marketingovú podporu** vrátane aplikácie Mójobchod EXTRA,“ dodáva Romain Vincent.

### **Modernizácia a digitalizácia pre lepší zážitok z nakupovania**

METRO investuje do modernizácie svojich predajní a digitálnych riešení, ktoré uľahčia zákazníkom ich podnikanie. Remodelované predajne a rozšírená sieť distribučných skladov umožňujú rýchlejší a pohodlnejší nákup, či už osobne alebo online. „Aby sme zvýšili spokojnosť našich zákazníkov a dokázali lepšie reagovať na ich nové očakávania, zameriavame sa a ďalej rozvíjame multikanálový prístup, ktorý zahŕňa nákupy v kamenných obchodoch, digitálne nástroje a distribučné služby. Naši zákazníci

18. novembra 2024

môžu využiť taký spôsob nákupu, aký im najviac vyhovuje. Chceme im ušetriť čas a starosti spojené so zásobovaním prevádzok a obchodov,“ dodáva Vincent. Pre podnikateľov to znamená viac flexibility a menej starostí so zásobovaním. Inovatívne digitálne nástroje ako platforma [Dish](#) vyvinuté spoločnosťou METRO a gastronomickými expertmi majú za cieľ pomôcť podnikateľom z gastrosektora maximálne zviditeľniť svoje prevádzky. Poskytuje im napríklad možnosť jednoducho si vytvoriť vlastnú webovú stránku či efektívny systém online rezervácií a objednávok, ktorý možno ovládať priamo zo smartfónu. Na Slovensku tento nástroj využíva viac ako 1100 zákazníkov METRO.

### Investície do udržateľnej budúcnosti

METRO ako popredná celosvetová spoločnosť podnikajúca v oblasti veľkoobchodu a distribúcie potravín sa snaží o to, aby podnikala zodpovedne a v súlade s princípmi udržateľnosti. Dôležitosť tohto prístupu je nevyhnutná pre riešenie globálnych výziev. „Iba tým, že zosúladiť naše potreby a ciele s potrebami prírody, ľudí a budúcich generácií, môžeme byť dlhodobo úspešní,“ hovorí Romain Vincent. „Jednou z 3 hlavných priorít stratégie ESG je znižovanie uhlíkovej stopy našich činností s cieľom dosiahnutia uhlíkovej neutrality do roku 2040. To si okrem iného vyžaduje aj nemalé investície do technológií. Tento ambiciózny cieľ dosahuje METRO aj prostredníctvom investícií do fotovoltických panelov, ktoré už inštalovala a inštaluje na strechách budov či parkovísk vo svojich prevádzkach na Slovensku. K zníženiu uhlíkovej stopy prispieva aj projekt F-GAS so zameraním na výmenu technológie chladenia. „Sme radi, že patríme ku krajinám, ktoré ako prvé zaviedli výmenu technológie chladenia. Vybrali sme si najvyšší štandard – teda technológiu chladenia CO2, ktorá okrem energetickej úspory pomôže výrazne znižovať emisie CO2,“ hovorí Marcel Sabo, regionálny technický manažér METRO Cash&Carry SR. Významným krokom vpred je aj zavedenie elektronických cenoviek, ktoré METRO implementuje vo svojich predajniach. Táto technológia nielenže modernizuje predajný proces a znižuje chybovosť, ale pomôže aj znížiť spotrebu papiera, čím každoročne ušetríme takmer 1,5 milióna papierových štítkov. Spoločnosť METRO sa v rámci svojej stratégie ESG zaviazala prijať **opatrenia proti plytvaniu potravinami** v celom svojom hodnotovom reťazci a **do roku 2025 znížiť potravinový odpad** vznikajúci vo svojich vlastných obchodných operáciách na polovicu. Na Slovensku spolupracuje s Potravinovou bankou Slovenska, vďaka čomu sa zabráni plytvaniu a pomáha sa ľuďom, ktorí čelia potravinovej neistote. Znižovaniu potravinového odpadu prispieva aj METRO akadémia, ktorá učí profesionálov z oblasti HoReCa segmentu, ako pracovať v súlade s princípmi Zero Food Waste.



### Vysoký štandard kvality potravín

METRO ponúka svojim zákazníkom viac ako 23 000 potravinových a nepotravinových produktov dostupných na jednom mieste. Pre METRO je najvyššou prioritou poskytovať zákazníkom bezpečné a kvalitné výrobky. Kvalita sa začína už u výrobcu a METRO starostlivo vyberá spoľahlivých dodávateľov, s ktorými buduje dlhodobú spoluprácu. „Je dôležité mať pre našich zákazníkov správne produkty a prinášať im včas inovácie, ktoré im pomôžu

18. novembra 2024

pri prekonávaní mnohých obchodných výziev, akými sú inflácia potravín, nedostatok pracovnej sily či zamedzenie plytvaniu potravinami. Jadrom našej stratégie je produkt, nákup a zdroje, predovšetkým pri produktoch našich privátnych značiek. Od všetkých výrobcov i predajcov, ktorí dodávajú výrobky pod našou privátnou značkou, požadujeme certifikáciu podľa globálne uznávanej schémy GFSI (Global Food Safety Initiative). Ide o nezávislé audity treťou stranou, ktoré nás neustále posúvajú ďalej a umožňujú nám zlepšovať všetky naše postupy. U nás nakupujú profesionáli a tí chcú len to najlepšie. Preto musíme byť v kvalite vždy o krok napred. Potešilo ma, keď mi pri večeri povedal šéfkuchár jednej reštaurácie, že METRO je „selektor“ dobrých produktov,“ dodáva Romain Vincent, generálny riaditeľ METRO Slovakia.

### Zamestnanci sú kľúčom k úspechu

Úspech spoločnosti METRO by nebolo možné dosiahnuť bez kvalitných zamestnancov. Zamestnanci METRO rozumejú tomu, čo ich zákazníci potrebujú, podľa toho plánujú dopredu a rozhodujú. „Našou hlavnou silnou stránkou sú naši ľudia, ich zručnosti a schopnosť lepšie obslúžiť našich zákazníkov. V rámci našej spoločnosti METRO sa zameriavame na rozvoj talentu a schopností našich zamestnancov. Je pre nás dôležité, aby naši kolegovia a kolegyně boli vo svojej práci spokojní a chodili do nej s radosťou, hovorí Romain Vincent. METRO je spoľahlivým partnerom pre svojich zamestnancov a zamestnankyne, pre svojich zákazníkov a chce naďalej prispievať k rozvoju slovenského gastru a maloobchodného sektora.

