



Firma **MAKRO Cash & Carry** rozpoczyna kampanię społeczną wspierającą tradycyjny handel. W ramach projektu pod hasłem „Tu mieszkam, tu kupuję” na terenie całej Polski będą prowadzone różnego rodzaju akcje zachęcające polskich konsumentów do robienia zakupów w lokalnych sklepikach.

Pomimo iż Polacy lubią robić zakupy w małych sklepach „za rogiem”, ostatnie badania pokazują, że liczba niezależnych, małych sklepów rocznie maleje o ok.10%. Segment ten jest szczególnie ważny, zarówno dla polskiej gospodarki, jak i społeczeństwa. Generuje znaczącą liczbę miejsc pracy, szczególnie w rejonach zagrożonych wysokim bezrobociem. Jednocześnie małe sklepy osiedlowe są ostoją tradycyjnego, spokojnego stylu życia, miejscem integracji lokalnej społeczności; stanowią zdrową przeciwwagę dla szybkiego tempa życia, anonimowości i braku rzeczywistych kontaktów międzyludzkich.

**Tu mieszkam,
tu kupuję!**

**Kupując po sąsiedzku,
wspierasz swoich**

strona 1 / 2

Kierując się tymi przesłankami, **MAKRO Cash & Carry**, lider w sektorze handlu hurtowego w Polsce, zdecydowało się zainicjować program społeczny, którego celem będzie wspieranie rozwoju małych sklepów oraz polskiego tradycyjnego handlu. Projekt ma na celu promować zakorzenienie w lokalnej społeczności, które może się przejawiać również w robieniu zakupów w najbliższym osiedlowym sklepiku. Podjęta zostanie próba zbudowania społecznego zaangażowania ludności w proces zakupów, zgodnie z przesłaniem – „kupując u po sąsiedzku, wspierasz swoich”. Projekt zakłada także edukację przedsiębiorców prowadzących tego typu sklepy.

Celem projektu „**Tu mieszkam, tu kupuję**” jest także popularyzacja roli, jaką w życiu lokalnych społeczności pełnią małe osiedlowe sklepy. Poprzez pokazanie prawdziwych historii zarówno klientów sklepów osiedlowych, jak i ich właścicieli, wskazane zostaną korzyści wynikające z dokonywania zakupów w tego typu placówkach. Działania skierowane bezpośrednio do właścicieli sklepów będą opierały się głównie na dystrybucji materiałów edukacyjnych i promujących akcję np.: naklejek czy plakatów do wykorzystania w sklepie.

Na potrzeby programu uruchomiono stronę internetową, na której można znaleźć wiele ciekawych i przydatnych informacji: www.tumieszkamtukupuje.pl .

***MAKRO Cash & Carry** jest liderem w branży samoobsługowego handlu hurtowego. Usługi firmy, skierowane przede wszystkim do przedsiębiorców, obejmują zarówno kompleksowe zaopatrzenie, jak i nowoczesne rozwiązania biznesowe. W MAKRO klienci znajdą pod jednym dachem artykuły spożywcze i przemysłowe w szerokim wyborze, doskonałej jakości i przystępnych cenach – jedna nowoczesna hala to odpowiednik 50 hurtowni branżowych. Do dyspozycji kupujących są także usługi dodatkowe – m.in. doradztwo biznesowe czy szkolenia gastronomiczne – które skupiają się wokół nowoczesnego MAKRO Centrum Rozwoju Firm w Warszawie. W Polsce MAKRO Cash & Carry istnieje od 15 lat; posiada obecnie 29 hal. Łączna powierzchnia sprzedaży hurtowej wynosi ponad 269 000 m². MAKRO Cash & Carry zatrudnia w Polsce około 7,5 tys. osób. Więcej informacji o MAKRO można znaleźć na stronie www.makro.pl*

***METRO/MAKRO Cash & Carry** działa w 29 krajach świata. Firma jest właścicielem ponad 600 hal samoobsługowego handlu hurtowego, zatrudnia ponad 100 000 pracowników na całym świecie, a w 2008 roku osiągnęła obrót w wysokości 33,1 miliardów Euro. METRO/MAKRO Cash & Carry jest siecią dystrybucyjną koncernu METRO Group, jednej z największych firm w branży handlowej na świecie. W 2008 roku obrót METRO Group wyniósł ponad 68 miliardy Euro. Firma ta zarządza 2100 obiektami handlowymi w 32 krajach świata oraz zatrudnia 290 tys. pracowników. W skład METRO Group wchodzi niezależnie działające sieci – poza METRO/MAKRO Cash & Carry są to: Real (hipermarkety), Media Markt oraz Saturn (liderzy wśród europejskich centrów z elektroniką użytkową) i Galerie Kaufhof (domy handlowe). Więcej informacji można znaleźć na stronie www.metrogroup.de.*

MAKRO Cash & Carry

[WIECEJ INFORMACJI MAKRO Cash & Carry Polska \(PRESS BOX\)](#)