Od sierpnia br. w ramach akcji społecznej zainicjowanej przez MAKRO wydawane są pakiety materiałów promocyjnych do wykorzystania w placówkach handlowych. Dotychczas plakaty i tabliczki informujące o programie wspierającym lokalny handel pojawiły się w 4190 sklepach w całej Polsce.

Właściciele sklepów, którzy zgłoszą się do programu (poprzez zakładkę „Weź udział w akcji" na www.tumieszkamtukupuje.pl), otrzymują pakiet materiałów do wykorzystania w swojej placówce, m.in. plakat informujący o akcji i tabliczkę „otwarte/zamknięte" do umieszczenia na drzwiach sklepu, a także ulotkę informującą o założeniach programu "Tu mieszkam, tu kupuję".

W ten sposób MAKRO Cash & Carry chce zwrócić uwagę społeczeństwa na zalety niewielkich, osiedlowych sklepów i zachęcić Polaków do regularnych zakupów w takich placówkach.

Takie programy są potrzebne, by przyciągnąć ludzi do mniejszych, lokalnych sklepów, pokazać ich mocne strony. W osiedlowym sklepie każdy klient jest ważny, ekspedientki znają mieszkańców, od razu wiedzą, co podać – mówi Piotr Liberkowski, właściciel sklepu ALF w Gdyni, który przyłączył się do akcji. Tu liczy się miła obsługa, budowanie relacji z klientami, ale także wygląd sklepu, ekspozycja – dodaje.

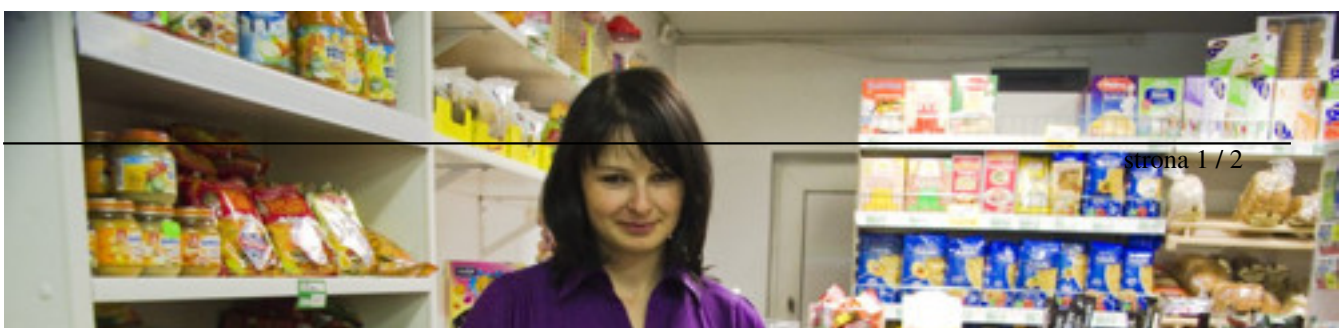
Z ideą programu „Tu mieszkam, tu kupuję" zgadza się także Elżbieta Suchocka prowadząca niezależny sklep w Gdańsku: Sklepy osiedlowe są ważne dla lokalnych społeczności, bo w nich na pierwszym miejscu stawiana jest obsługa klienta. Miły i kompetentny personel to w moim sklepie podstawa. Liczą się również jakość i cena.

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 normalnego, spokojnego stylu życia, miejscem integracji lokalnej społeczności, stanowią zdrową przeciwwagę dla szybkiego tempa życia, anonimowości i braku rzeczywistych kontaktów międzyludzkich.

Poprzez akcję „Tu mieszkam tu kupuję" MAKRO pragnie wesprzeć swoich profesjonalnych klientów starając się stworzyć na rynku jak najlepsze warunki dla funkcjonowania ich biznesu.

Akcję wspierają: Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej, Naczelna Rada Zrzeszeń Handlu i Usług oraz Slow Food Polska.

Więcej informacji o akcji na stronie 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 wchodzą 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
WIĘCEJ INFORMACJI MAKRO Cash & Carry Polska (PRESS BOX)