



MAKRO Cash & Carry zostało partnerem strategicznym Olimpiady Dziennikarzy „Fakty i mity o żywności i żywieniu”. Organizatorami projektu są: Polska Federacja Producentów Żywności Związek Pracodawców, Federacja Konsumentów Polskich oraz Portal "Zdrowa rodzina".

Celem Olimpiady jest przedstawienie i obalenie wielu najbardziej popularnych mitów dotyczących zarówno bezpieczeństwa i jakości żywności, jak i złych nawyków żywieniowych. Patronat honorowy nad projektem objął Główny Inspektor Sanitarny.

Mimo iż oferta hurtowni MAKRO Cash & Carry jest adresowana głównie do profesjonalnych klientów z branży hotelarsko-gastronomicznej, handlowej oraz klientów z sektora usług, firm i instytucji, firma zamierza wesprzeć ideę zdrowego odżywiania także wśród szerszej grupy odbiorców.

Olimpiada „Fakty i mity o żywności i żywieniu”, są odpowiedzią na rosnące zainteresowanie konsumentów tematyką zbilansowanej diety i zdrowego stylu życia. Wiemy jak ważna jest edukacja w tym zakresie, dlatego, poprzez partnerstwo w takich projektach, chcemy promować zasady prawidłowego odżywiania i kształtować świadomość użytkowników mediów – mówi Uwe Hoelzer, Prezes MAKRO Cash & Carry.

Małgorzata Niepokulczycka, Prezes Federacji Konsumentów, współorganizatora warsztatów zaznaczyła: Wspólna inicjatywa organizacji konsumentów i organizacji producentów, mająca na celu podniesienie wiedzy, co do zasad, jakie rządzą produkcją i obrotem najczęściej kupowanych dóbr, to doskonały przykład współdziałania dla dobra publicznego.

Podczas warsztatów przygotowujących do Olimpiady, uczestnicy dowiedzą się między innymi: czy stosowane w dodatki do żywności są bezpieczne, jakie informacje powinny być umieszczone na opakowaniach żywności i czy procesy technologiczne wpływają na jakość żywności. Każdy warsztat będzie składał się z dwóch części: wykładu dotyczącego faktów i mitów o żywności oraz części praktycznej - wspólnego gotowania pod okiem szefa kuchni Makro HoReCa i ekspertów zewnętrznych.

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 znajdują 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 1994 roku; posiada obecnie 33 hale (w tym 4 hali mniejszego formatu – MAKRO Punkt w Tarnowie, Lesznie, Słupsku i Radomiu). Więcej informacji o MAKRO można znaleźć na stronie www.makro.pl

METRO/MAKRO Cash & Carry działa w 30 krajach świata. Firma jest właścicielem około 670 hal samoobsługowego handlu hurtowego, zatrudnia ponad 100 000 pracowników na całym świecie, a w 2009 roku osiągnęła obrót w wysokości 31 miliardów Euro. METRO/MAKRO Cash & Carry jest siecią dystrybucyjną koncernu METRO Group, jednej z największych firm w branży handlowej na świecie. W 2009 roku obrót METRO Group wyniósł ponad 66 miliardów Euro. Firma ta zarządza ponad 2100 obiektami handlowymi w 32 krajach świata oraz zatrudnia około 300 000 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

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