



Nota de prensa

Makro organiza una Jornada de puertas abiertas para los participantes del Concurso del Cocinero del Año

- **En el evento participaron los diez semifinalistas y sus ayudantes, que hoy se juegan el pase a la final, que tendrá lugar en Alimentaria**

Toledo, 3 junio de 2009, La dirección de Comunicación de **Makro Cash & Carry España**, ha organizado una jornada de puertas abiertas en el almacén de Toledo, a la que acudieron los participantes del Concurso del Cocinero del Año, el único certamen para profesionales a nivel nacional, el cual patrocina Makro con el objetivo de apoyar a las jóvenes promesas de la cocina nacional

Durante la visita al almacén se mostró a los concursantes el funcionamiento diario del almacén, haciendo hincapié en las secciones más destacadas como son perecederos y las bodegas de jamón y vinos. Los profesionales pudieron conocer de primera mano los formatos especiales que el mayorista ofrece y otros servicios, como el asesoramiento de un sumiller para escoger la carta de vinos más acorde al menú que ofrecen en sus establecimientos.

Durante la visita tuvo lugar una cata de vinos de Denominación de Origen, en la que los asistentes pudieron saborear cuatro vinos que preparó el sumiller de Makro, José María López Querencias y en la que destacó el vino de Marca Propia, Rama Corta, un tinto crianza con D.O. La Mancha, seleccionado por su calidad y precio para el catálogo especial de vinos de verano Makro. Lo que supone una solución perfecta para la carta de vinos de los negocios de los asistentes. En la cata también participaron los representantes de las bodegas Martúe y Vinícola de Tomelloso.

El gerente del almacén, Germán Tellitu, acompañó en todo momento al grupo y les explico como se gestiona una superficie de 4.443 m2 construidos, con una sala de venta de 3.337 m2 de los que 2.592 m2 están destinados a Alimentación y 744 m2 a No Alimentación. El centro tiene un total de 23.000 referencias y cuenta con 4.248 clientes, que elaboran una media de 5.800 menús diarios, que van desde 9.5€ hasta los 12 euros.



Nota de prensa

Makro -filial española del grupo alemán Metro - vende al por mayor productos de alimentación y no alimentación para dar un servicio integral a las necesidades de abastecimiento de los profesionales (restauradores, hosteleros, comerciantes, detallistas de alimentación, grandes consumidores e instituciones). En 2008 alcanzó un total de 1.390 millones de euros de ventas. Makro Autoservicio Mayorista S.A es el líder de los cash & carry en España con un total de 34 almacenes distribuidos en 15 Comunidades Autónomas, que suman un total de 227.844 metros cuadrados de superficie de sala de venta. Más información en www.makro.es

METRO GROUP es el tercer grupo más importante en la distribución mundial. En el cuarto trimestre del 2008, la facturación del grupo se elevó hasta los 68.000 millones de euros. Este resultado es fruto de sus cuatro divisiones de negocio que operan de forma independiente en sus respectivos mercados: METRO/Makro Cash & Carry -división de autoservicio mayorista-, Real -hipermercados- Media Markt y Saturn – el líder europeo en el mercado de tiendas de electrónica de consumo - y Galeria Kaufhof –grandes almacenes.-. Más información en www.metrogroup.de

Contacto

Makro Autoservicio Mayorista, S.A
Directora de Comunicación
Beatriz García Cabredo
Campezo, 7
Polígono Industrial "Las Mercedes"
28022 Madrid
España
Teléfono +34 91 321 95 84
Fax +34 91 321 96 76
beatriz.garciacabredo@makro.es

Makro Autoservicio Mayorista, S.A.
Adjunta al departamento de Comunicación
María José Pérez-Herrera
Campezo, 7
Polígono Industrial "Las Mercedes"
28022 Madrid
España
Teléfono +34 91 321 98 85
Fax +34 91 4321 96 76
mariajose.perez-herrera@makro.es