

# Kvalitné slovenské potraviny sú priorita

Bratislava 16. augusta 2013

**METRO a Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR majú spoločný záujem – kultivovať obchodné prostredie, dbať na kvalitu a bezpečnosť potravín a pomáhať domácim dodávateľom v presadzovaní sa na trhu. Počas stretnutia sa na tom zhodli minister pôdohospodárstva Ľubomír Jahnátek a generálny riaditeľ METRO Cash & Carry SR Axel Hluchy.**



*Ministerstvo a METRO majú spoločný záujem.*

Počas rokovania dominovala téma kvality a bezpečnosti potravín. „Našou snahou je, aby sa na pulty dostávali hlavne kvalitné slovenské potraviny,“ zdôraznil minister Ľ. Jahnátek. Riaditeľ A. Hluchy zdôraznil, že [orientácia na kvalitu a bezpečnosť potravín](#) je aj jeho prioritou, o čom svedčia napríklad aktivity firmy na poli vlastných vnútorných kontrol i vzdelávania zákazníkov z oblasti maloobchodu a verejného stravovania.

Zástupcovia ministerstva i spoločnosti METRO sa zhodli, že kvalite a bezpečnosti pomôže hlavne vzájomná spolupráca a komunikácia. A. Hluchy deklaroval, že METRO je ochotné pomôcť slovenským producentom presadiť sa v obchode a dokonca aj využiť medzinárodný dosah skupiny METRO na prípadnú pomoc pri prenikaní na zahraničné trhy. Ministerstvo a METRO budú úzko spolupracovať za účelom takejto pomoci domácim výrobcam.

METRO sa na Slovensku teší korektným vzťahom s existujúcimi dodávateľmi a snaží sa

rozširovať ich rady. Napríklad farmárom, ktorí dodávajú priamo do veľkoobchodných prevádzok, ponúka zjednodušené dodávateľské zmluvy. Rôznymi aktivitami tiež pomáha propagovať zaujímavých a unikátnych producentov. Projekt mäsa s garantovaným slovenským pôvodom od narodenia po spracovanie sa tento týždeň rozšíril, keď k hydine a bravčovému pribudlo na pultoch aj kvalitné hovädzie so slovenským životopisom.

Začiatkom septembra METRO vyhlási víťazov vinárskej súťaže METRO Víno roka 2013, vďaka ktorej môžu zákazníci objaviť nové klenoty slovenskej vinárskej produkcie.

Vzťahy spoločnosti METRO s dodávateľmi pomôže upevniť aj veľká konferencia začiatkom októbra, na ktorej budú stovky dodávateľov spolu s manažérmi veľkoobchodného reťazca hľadať cesty na ďalšie zlepšenie spolupráce pre vzájomný benefit oboch strán i zákazníkov.

\* \* \* \* \*

*METRO Cash & Carry má zastúpenie v 29 krajinách sveta s viac ako 700 veľkoobchodnými centrami typu cash&carry. Zamestnáva viac ako 120 tisíc ľudí a v roku 2012 dosiahlo tržby vo výške 32 miliárd eur. METRO Cash & Carry je predajnou divíziou METRO GROUP, jednej z najväčších medzinárodných maloobchodných a veľkoobchodných spoločností. V roku 2012 dosiahla skupina tržby približne vo výške 67 miliárd eur. Celkovo má spoločnosť viac ako 280 tisíc zamestnancov a prevádzkuje približne 2 200 predajných centier v 32 krajinách sveta. Výkonnosť celej skupiny je založená na sile jej jednotlivých obchodných divízií, ktoré pôsobia nezávisle v rámci ich trhového segmentu: METRO/Makro Cash & Carry – medzinárodný líder v oblasti veľkoobchodných predajní typu cash&carry (samoobsluhy), Real hypermarkety, Media Markt a Saturn – európska jednotka na trhu v oblasti maloobchodov so spotrebnou elektronikou a obchodné domy Galeria Kaufhof. Viac informácií na [www.metrogroup.de](http://www.metrogroup.de).*

*V Slovenskej republike patrí do siete METRO Cash & Carry SR 6 veľkoobchodných centier pre podnikateľov s predajnou plochou každého 7 500 m<sup>2</sup>. Široká ponuka tovaru, prevádzková výkonnosť, vyspelá logistika a priame nákupy vo veľkých objemoch umožňujú spoločnosti METRO predávať tovar za najvýhodnejšie veľkoobchodné ceny. METRO sa na Slovensku orientuje predovšetkým na tri skupiny zákazníkov – profesionálov a to na oblasť HoReCa, maloobchod a malé až stredné firmy, ktoré podporuje okrem širokej ponuky tovaru aj nadštandardnými službami na mieru. Viac na [www.metro.sk](http://www.metro.sk) alebo [www.facebook.com/metro.sk](http://www.facebook.com/metro.sk).*