

**METRO ITALIA CASH AND CARRY RAFFORZA IL PROPRIO IMPEGNO
PER LA GESTIONE DELLE ECCEDENZE ALIMENTARI**

Milano, 3 Febbraio 2014 – Nell'anno della prima **Giornata nazionale contro lo spreco alimentare**, METRO Italia rafforza ulteriormente l'impegno per la gestione delle eccedenze alimentari, in linea con i principi e i valori della propria **Responsabilità Sociale**. Un impegno concreto nato nel 2010 dalla collaborazione con la **Fondazione Banco Alimentare Onlus** che, consolidatasi nel tempo, ha permesso di sviluppare in questi anni una costante espansione delle iniziative su scala nazionale.

La partnership con Banco Alimentare ha visto - solo nel 2013 - la cessione di prodotti alimentari, freschi e secchi, per un valore pari a circa 250.000 euro con il coinvolgimento di oltre il 25% dei punti vendita in Italia. Per il 2014 METRO Italia estenderà il progetto di gestione delle eccedenze alimentari ad altri 14 punti vendita, concentrati nelle grandi città dove è garantita la copertura logistica proprio di Banco Alimentare.

*“Il nostro impegno quotidiano per contribuire attivamente alla riduzione delle eccedenze alimentari nasce dall'attenzione che METRO Italia nutre nei confronti di tematiche sociali così rilevanti e vicine alla nostra identità di Business. – **dichiara Philippe Palazzi, Amministratore Delegato di METRO Italia Cash and Carry** – La volontà di abbattere queste eccedenze si concretizza innanzitutto attraverso la pianificazione e la gestione dei flussi logistici e di rifornimento nei punti vendita. Abbiamo rafforzato la collaborazione con la Fondazione Banco Alimentare Onlus e in questo modo, grazie all'impegno congiunto, abbattiamo gli sprechi trasformandoli in risorse. L'iniziativa del Ministero dell'Ambiente per lo sviluppo del Piano nazionale di prevenzione dello spreco alimentare rappresenta un'ulteriore opportunità per tutti gli attori della filiera agroalimentare, uno stimolo per prendere parte a un modello produttivo e commerciale dalla forte rilevanza socio-economica.”*

METRO Italia Cash and Carry, parte di METRO Group, uno dei maggiori gruppi distributivi internazionali, è oggi presente sul territorio nazionale con 49 punti vendita all'ingrosso in 16 regioni, e uno staff di oltre 4500 dipendenti. Vanta oltre 1.200.000 clienti professionali attivi e più di 30.000 prodotti in assortimento, suddivisi in oltre 10.000 referenze per il settore alimentare (food) e oltre 20.000 referenze nel settore non alimentare (non food). Per maggiori informazioni si prega di consultare il sito www.metro.it

METRO Cash & Carry è presente in 29 paesi con oltre 750 punti vendita self-service all'ingrosso. Con più di 120.000 dipendenti in tutto il mondo, l'Azienda ha raggiunto un fatturato di circa € 31 miliardi nell'esercizio 2012/2013 (dato previsionale).

METRO Cash & Carry è una divisione di METRO Group, una delle aziende di vendita al dettaglio più grande e più internazionale. Nell'esercizio 2012/2013 il Gruppo ha raggiunto un fatturato di circa € 66 miliardi (dato previsionale). Grazie a un organico di oltre 265.000 dipendenti, l'Azienda è presente con circa 2.200 punti vendita in 32 paesi. Le performance del Gruppo sono il risultato della forza dei suoi marchi commerciali che operano in modo indipendente nei rispettivi segmenti di mercato: METRO / Makro Cash & Carry - leader internazionale nel self-service all'ingrosso, ipermercati Real, Media Markt e Saturn - leader del mercato europeo nell'elettronica al consumo e i punti vendita Galeria Kaufhof. Per maggiori informazioni: www.metrogroup.de

Contatti:

METRO

Head of Communications and Public Relations

Simona D'Altorio

Tel. 02.51712 449

e-mail: ufficiostampa@metro.it