

# METRO

## METRO LANCEERT NIEUWE CAMPAGNE

**"Samen maken we horecaondernemers groot"**



**Donderdag 28 juni 2018 – Wommelgem – Als ware ambassadeur van zelfstandige ondernemers, lanceert METRO een grote campagne met een krachtig signaal naar al haar klanten wereldwijd. Horecaondernemers staan dagelijks voor grote uitdagingen. Absolute toewijding is een vereiste om succesvol te zijn. Om deze reden vestigt METRO met haar nieuwe campagne de aandacht op de inspanningen en energie van zelfstandige ondernemers werkzaam in de horeca. Met de nieuwe claim "Your success is our business", onderlijnt het bedrijf haar engagement om het succes van deze zaakvoerders te ondersteunen en daarvoor voegt METRO meteen de daad bij het woord: METRO zet klanten – afkomstig uit meer dan 20 METRO-landen – centraal in de campagne, volgt hun verhalen, en helpt hen in het bereiken van hun professionele doeleinden.**

*"In navolging van onze intentie om "Champion for independent business" te zijn, vragen we ons voortdurend af wat de noden van onze klanten zijn en bieden we hen duurzame oplossingen met een commerciële waarde," zegt Vincent Nolf, CEO van METRO. "Het centraal stellen van doelstellingen van horecaondernemers is een vanzelfsprekend en logisch gevolg van ons engagement." METRO ondersteunt haar 21 miljoen klanten*



wereldwijd met initiatieven zoals de Dag van de Eigen Zaak, elke tweede dinsdag van oktober, en biedt haar professionele klanten veel services aan, waaronder ook technische en digitale ondersteuning. Dit zijn allemaal initiatieven die verder reiken dan de hoofdactiviteit van METRO en die verder gaan dan het voor de hand liggende, om ondernemers de extra zichtbaarheid te geven die ze vaak missen.

De nieuwe branding zal stap voor stap zichtbaar worden op alle niveaus binnen de communicatie, zowel intern als extern, en op alle METRO-locaties wereldwijd. Om de gezichten van de campagne beter te leren kennen, kan je hen volgen op de website van hun thuisland. Op [www.metro.be](http://www.metro.be) kom je bijvoorbeeld meer te weten over Elliott, de Brusselse kok van Little Chef, die duurzame catering aanbiedt in België. Elk campagnefiguur heeft een specifiek doel voor ogen en METRO zal hen ondersteunen om dat doel binnen het jaar te bereiken. Hun succesverhalen zullen doorlopend gedeeld worden en in 2019 zal een rapport worden gepubliceerd met de vooruitgang die geboekt werd in samenwerking met METRO.

De nieuwe campagne werd afgetrapt met het spraakmakende beeld "*Wij werken niet voor METRO*", dat verspreid werd via verschillende online kanalen. De betekenis van deze opvallende slagzin volgde vandaag, met de bekendmaking van het tweede luik van de campagne, dat focust op het engagement naar de professionele klant: "*Wij werken voor het succes van miljoenen grote en kleine ondernemers, overal ter wereld. De slagzin wekt meteen vragen op en dit met een duidelijk doel: onze belofte benadrukken dat het succes van onze klanten altijd op de eerste plaats komt,*" zegt Vincent Nolf. "*Wij werken niet voor METRO, maar voor elke klant van ons – want hen ondersteunen in hun weg naar succes, dat is ons engagement. "Their success is our business"*."

#### Over METRO

Het succesverhaal van METRO Cash & Carry begon in 1964 met de opening van de eerste zelfbedieningsgroothandel in Duitsland. Sinds 2003 zijn er ook METRO-winkels in België en de toegang hiervan is exclusief voorbehouden voor horecaprofessionals en handelaars. METRO telt momenteel elf winkels: in Middelkerke, Hasselt, Wevelgem, Brussel, Luik, Evergem, Sint-Katelijne-Waver, Vorst, Namen en in Antwerpen met twee winkels. Wereldwijd stelt METRO niet minder dan 100.000 collega's tewerk, voor België zijn dat er 3.000. Voor meer informatie, surf naar [www.metro.be](http://www.metro.be). Voor meer info over metro wereldwijd, surf naar [www.metroag.de](http://www.metroag.de).