

Restalia comprometida con la economía local, el medioambiente y el consumidor: 99 % proveedores nacionales, políticas de desperdicio cero en sus locales y *smart cost*

- Además de favorecer la contención de precios y democratizar la gastronomía, la compañía de neorestauración quiere apoyar la economía local, a la vez que apostar por la calidad de los productos españoles y reforzar su compromiso con el medioambiente



Madrid, 10 de mayo de 2022 Restalia Holding – 100 Montaditos, Cervecería La Sureña, The Good Burger -TGB-, Panther Organic Coffee y Pepe Taco–, ha dado un paso al frente para situarse como una de las empresas de restauración organizada más comprometidas con la sociedad y el planeta a través de una triple estrategia que se centra en el consumidor, los proveedores y la sostenibilidad.

La compañía mantiene su estrategia bien definida y asentada, a pesar de un panorama de actualidad incierto y cambiante, en la que seguirá apostando por tres pilares que considera fundamentales: una oferta de servicios *smart cost* para un consumidor empoderado, alto porcentaje de producto de proximidad y el aumento de medidas relacionadas con la sostenibilidad.

“Somos conscientes de que nos encontramos en un momento delicado de la actualidad y, precisamente por eso, hemos decidido reforzar estos aspectos dentro de nuestra compañía” – declara Jennifer Lopez, directora de comunicación de Restalia Holding. Y añade: “Hemos estudiado y escuchado al nuevo consumidor para poder ofrecerle el mejor servicio al mejor precio; también hemos querido seguir apoyando a nuestros productores nacionales y, además, conscientes de todas nuestras posibilidades, queremos avanzar hacia unos hábitos de consumo cada vez más sostenibles reforzando nuestra política de desperdicio cero de comida en nuestros locales, la ampliación de packaging reciclable o el aumento de elementos reutilizables, apartando cada vez más los de un solo uso”.

Apoyar el comercio de proximidad

Una de las cosas más distintivas de la marca de neorestauración es la apuesta por su tierra y por el producto nacional. Restalia adquiere, tanto sus productos como las materias primas para la

elaboración de estos, en su mayoría, de proveedores nacionales en todas sus enseñas: TGB con un 83 %, 100 Montaditos con un 86 %, Panther Organic Coffee con un 94 %, y hasta el 99 % de Pepe Taco o Cervecería La Sureña Jarras y Tapas.

Compromiso sostenible

Desde Restalia llevan ya tiempo implementando medidas enfocadas a un consumo responsable en sus marcas. En todos sus locales tienen una estricta política de *desperdicio cero*: todos los productos se hacen en el momento del pedido, lo que supone que, además de mantener la calidad en el momento del servicio, no se desperdicie producto que se haya podido hacer de más, a diferencia de otras marcas de restauración donde se cocinan y preparan los servicios en grandes cantidades.

Además de esta dirección hacia el desperdicio cero, la compañía apuesta también por un futuro más verde en un compromiso eco con diferentes propuestas: en TGB, por ejemplo, además de tener un *packaging* eco para el *delivery*, los locales que renueven la imagen en sus locales cambiarán las vajillas de cartón por metal. En otras enseñas como Panther Organic Coffee, el 71 % de los artículos de la tienda son compostables y en concreto, en esta marca, el algodón de los uniformes es 100 % orgánico, una medida que Restalia tiene como objetivo ir implementando en el resto de sus enseñas.

Democratizar la oferta gastronómica

Restalia es una compañía que siempre ha tenido muy presente al consumidor. Desde que empezara su andanza hace más de 20 años, la empresa de restauración organizada ha sabido adaptarse a los nuevos modelos de consumidores con su apuesta por el smart cost o consumo inteligente, ofreciendo productos y servicios de la mejor calidad a un precio para todos los bolsillos.

En un momento en el que la inflación de todos los productos y el encarecimiento de las materias primas parecía amenazar a sectores tan relacionados como el de la hostelería, Restalia no ha variado el precio originario de algunos de sus productos tan simbólicos como los montaditos de siempre, ni tampoco ha caído en el *reduflacionismo* como otras marcas, sino todo lo contrario: ha apostado por diversificar su oferta de productos y mantener unos precios competitivos en su sector.

Hoy en día, hablamos de un consumidor empoderado que busca la mejor calidad al mejor precio, y Restalia lleva practicando esa política desde sus inicios. Este consumo eficiente se rinde ante el criterio de los consumidores y sus gustos: desde la renovación periódica de las cartas de sus diversas marcas hasta la implementación de sugerencias de los clientes, como recientemente se ha podido ver con el aumento de tamaño de las hamburguesas de su marca TGB -The Good Burger- y con las que se ha mantenido ese concepto de *smart cost* ofreciendo un buen producto y servicio con un precio acorde y accesible.



Restalia, la mejor forma de emprender

Restalia Holding –100 Montaditos, Cervecería La Sureña, The Good Burger, Panther Organic Coffee y Pepe Taco– es una compañía española líder en restauración organizada y cuyas marcas han revolucionado el sector. Lleva más de 20 años innovando en la hostelería y el ocio, introduciendo en España conceptos nuevos que han triunfado y que otros han replicado en el mercado.

Restalia ofrece modelos de franquicias más flexibles, de máxima calidad y con un formato smart cost que dan respuesta a las nuevas demandas de los consumidores. El grupo está comprometido con el emprendimiento: genera oportunidades de crecimiento y desarrollo dentro del sector y funciona como una apuesta sólida para los emprendedores.

Para más información:

Departamento Comunicación de Restalia | 91 351 90 01

Jennifer López jennifer.lopez@gruporestalia.com

Gabriela Mantero gabriela.mantero@gruporestalia.com

Tinkle | 91 702 10 10

Carolina González|cgonzalez@tinkle.es

Macarena Ortega|morteqa@tinkle.es