

HOSTELERÍA DE ESPAÑA, FACYRE, EUROTOQUES Y MAKRO CELEBRAN EL DÍA DE LA HOSTELERÍA

- El próximo 14 de octubre, por sexto año consecutivo, las asociaciones de hosteleros & cocineros y las empresas del sector se unirán para homenajear a los profesionales de hostelería bajo el mensaje “Volvamos a comernos el mundo”
- En esta edición, Makro pondrá en marcha distintas acciones con el objetivo de ensalzar el importante papel de bares y restaurantes para nuestro país
- Makro desarrollará una acción solidaria durante la efeméride: por cada publicación en redes sociales con #DíadelaHostelería se entregará un plato de comida a las personas en situación de riesgo de exclusión de la mano de World Central Kitchen

Madrid, 6 de octubre de 2021. El próximo 14 de octubre tendrá lugar la sexta edición del Día de la Hostelería bajo el concepto “Volvamos a comernos el mundo”. Este año, la iniciativa impulsada por Hostelería de España, FACYRE, Euro-Toques y [Makro](#), tiene como objetivo reconocer el gran papel que han desempeñado los bares y restaurantes de nuestro país y, como gracias a su tesón y capacidad de adaptación, van recuperando la normalidad de forma progresiva.

La hostelería ha sido uno de los sectores más golpeado por el Covid-19. No obstante, la llegada del verano, la disminución de los contagios y el aumento de la población vacunada, supusieron un impulso para el sector y una oportunidad de evolución. Así, mediante este homenaje a los negocios hosteleros de nuestro país, se pone de relevancia el papel de los bares y restaurantes en España como motor de generación de empleo y crecimiento económico en un momento tan importante como el actual.

De esta manera, la iniciativa pone en marcha diferentes acciones a nivel nacional y regional con el objetivo de visibilizar la importante labor del canal HORECA. Para ello, múltiples compañías tales como Unilever Food Solutions, Coca-Cola, Diageo, Procter&Gamble, Banco Santander, Mahou, Pasabahce y Nude, Repsol, Upfield Professional y Mapfre han decidido sumarse y mostrar su apoyo al sector.

En esta edición, el Día de la Hostelería se apoya en uno de los elementos más representativo de la hostelería como símbolo: el plato. En esta línea, Makro ha puesto en marcha una exposición de esculturas que pueden ser visitadas de manera gratuita en diferentes puntos de la geografía española. Con ello, el proyecto busca dotar de un significado más profundo a este elemento: cada región tiene su cultura gastronómica propia, pero el plato es lo que las conecta a todos los hosteleros. Estas esculturas ubicadas en Madrid, Barcelona, Valencia, Avilés, Sevilla y Santander, entre otras, hasta el próximo día 14. Además, el propio Día de la Hostelería, estas y otras

regiones verán customizados sus monumentos o espacios más emblemáticos con innovadoras proyecciones en homenaje a los bares y restaurantes españoles. Una serie de actos que obtuvieron una gran acogida en la edición 2020 y que se repetirán para continuar visibilizando el esfuerzo hostelero.

Año tras año, el Día de la Hostelería se ha convertido en una fecha destacada en la agenda de todas las personas que forman parte de este sector. En esta ocasión, y con el objetivo de poner en valor el importante papel de esta actividad, Makro celebrará un desayuno informativo en el que distintos portavoces de Hostelería de España, CEOE y autoridades de las instituciones públicas señalarán el importante papel que desempeña para el desarrollo económico y social de España.

Asimismo, el Día de la Hostelería no dejará de lado a los más vulnerables. Por ello, Makro ha puesto en marcha una acción solidaria con World Central Kitchen, para que el día 14 de octubre no haya ni un plato vacío. Por cada publicación en redes sociales con el hashtag #DíadelaHostelería se entregará un plato de comida a las personas en situación de riesgo de exclusión. Finalmente, bajo la premisa de facilitar el día a día a los negocios hosteleros, Makro aprovechará la ocasión para ofrecer condiciones especiales en productos de P&G y regalará 8.000 botellas en colaboración con Johnnie Walker, entre otras ofertas o promociones.

SOBRE MAKRO

Makro, filial española del grupo alemán METRO, es la empresa de distribución del sector de la hostelería en España. Cuenta con más de 900.000 clientes y con 37 centros distribuidos en 15 Comunidades Autónomas. Makro ofrece al hostelero una experiencia de compra omnicanal con más de 42.000 productos, soluciones y servicios adaptados a sus necesidades, apostando por el producto local y por el producto fresco de calidad. En el año fiscal 2019/2020, Makro obtuvo unas ventas consolidadas de 1.036 millones de euros. Más información en www.makro.es.

SOBRE METRO

METRO es la compañía mayorista internacional líder de productos de alimentación y no alimentación especializada en atender las necesidades de hoteles, restaurantes y caterings (HoReCa) y comercios independientes. En el mundo, METRO cuenta con 16 millones de clientes que pueden elegir entre realizar sus compras en sus establecimientos de gran formato, realizar pedidos online y recogerlos en los centros, o pedir que se lo acerquen a su establecimiento. Además, METRO apoya la competitividad de emprendedores y negocios propios mediante soluciones digitales, contribuyendo así a la diversidad cultural en el sector retail y de la hostelería. Asimismo, la sostenibilidad es un pilar clave en el negocio de METRO. Por ello, el grupo ha sido reconocido como el líder europeo en el índice de sostenibilidad de Dow Jones (Dow Jones Sustainability Index). La compañía opera en 34 países y cuenta con más de 100.000 empleados en el mundo. En el año fiscal 2018/2019, METRO alcanzó unas ventas de cerca de 27.100 millones de euros. Más información en www.metroag.de

Para más información

COMUNICACIÓN MAKRO

María José Cabello Espuny: mariajose.cabello@makro.es 639 080 043

AGENCIA DE COMUNICACIÓN – OGILVY



TU ÉXITO ES NUESTRO COMPROMISO



Judit Agudo: judit.agudo@ogilvy.com – 669 240 937

Aida Rodríguez: aida.rodriguez@ogilvy.com - 676 42 98 35