

Con motivo del Día de la Hostelería 2021

MAKRO REUNE A LAS PRINCIPALES INSTITUCIONES Y DESTACA EL PAPEL DE LA HOSTELERÍA COMO MOTOR DE CRECIMIENTO ECONÓMICO

- La compañía ha organizado un desayuno informativo en el que han participado el presidente de la CEOE; el Viceconsejero de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid; el presidente de Hostelería de España y el CEO de Makro España
- Mañana, 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”*

Madrid, 13 de octubre de 2021. Mañana se conmemora el [Día de la Hostelería](#), una edición marcada por el gran esfuerzo realizado por el sector para adaptarse a la nueva normalidad y su objetivo de reactivar la actividad de nuevo. La iniciativa, promovida desde hace seis años por **Hostelería de España, FACYRE, Euro-Toques y MAKRO**, rinde un especial homenaje a todos los hosteleros y hosteleras.

En este contexto, MAKRO ha organizado el desayuno informativo *“La Hostelería, uno de los principales motores de desarrollo económico y social de España”* que ha contado con la participación de Antonio Garamendi, **presidente de la CEOE**; Carlos Daniel Martínez Rodríguez, **Viceconsejero de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid**; José Luis Yzuel, **presidente de Hostelería de España** y David Martínez Fontano, **CEO de Makro España**.

Durante el encuentro se ha puesto en valor el papel esencial que desempeña la Hostelería para la economía española, así como su imprescindible aportación a la cultura y la gastronomía de nuestro país. Además, durante el desayuno los ponentes han reclamado más apoyo y ayudas para un sector del que dependen 1,7 millones de personas en España y que es un importante revulsivo económico.

En palabras de **Antonio Garamendi, presidente de la CEOE**: *“La hostelería es un motor imprescindible para la economía nacional. El sector ha sufrido mucho a consecuencia de las restricciones para contener el virus, pero ahora, tras una mejora de la situación epidemiológica es necesario que recuperen su actividad, con responsabilidad y tesón como han hecho siempre”*

Por su parte, **José Luis Yzuel, presidente de Hostelería de España** ha señalado: *“Tras el fin de las restricciones y con la mayoría de las personas vacunadas, bares y restaurantes están aprovechando todas las oportunidades para impulsar sus negocios. La hostelería está en el*

proceso de recuperación, pero todavía es preciso que los negocios hosteleros reciban más compensaciones y apoyo institucional”

Asimismo, **David Martínez Fontano, CEO de Makro España** ha afirmado: *“Como socio de la hostelería, desde Makro acompañamos a bares y restaurantes para anticiparnos y dar respuesta a las necesidades del sector. Así hemos conseguido estar presentes en toda la cadena de valor contribuyendo a construir y reforzar un sector vital para la economía que nos posiciona como una de las mejores gastronomías a nivel mundial”*

Finalmente, **Carlos Daniel Martínez Rodríguez, Viceconsejero de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid** ha cerrado el acto destacando *“La Comunidad de Madrid apoya firmemente a la Hostelería. Nuestra Comunidad cuenta con 145.000 personas que trabajan en el sector y 300.000 establecimientos hosteleros que hace de Madrid un referente gastronómico”*

Otras acciones en el Día de la Hostelería 2021

Durante su sexta edición, se han puesto en marcha diferentes acciones a nivel nacional y regional con el objetivo de visibilizar la importante labor del canal HORECA. Así, 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 un elemento esencial de la gastronomía: el plato; porque 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 podrán ser visitadas hasta mañana día 14. Además, 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.

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.

El Día de la Hostelería 2021 cuenta con el apoyo de múltiples compañías tales como **Unilever Food Solutions, Coca-Cola, Diageo, Procter&Gamble, Banco Santander, Mahou, Pasabahce y Nude, Repsol, Upfield Professional y Mapfre**, quienes han decidido sumarse y mostrar su apoyo al sector.

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

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**

Vanessa Cardenosa: vanessa.cardenosa@makro.es

AGENCIA DE COMUNICACIÓN – OGILVY

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