



Nota de Prensa

Una completa agenda visibiliza “Aceitunas de España” ante los profesionales **INTERACEITUNA muestra su apoyo al sector patrocinando la celebración del Día de la Hostelería**

- En la quinta edición de esta iniciativa, creada para defender y homenajear a todos los profesionales del sector hostelero
- Una oportunidad para manifestar el apoyo a una tradicional aliada de las aceitunas de mesa, como es la hostelería, en su momento más difícil
- El patrocinio permite a “Aceitunas de España” estar presente en la comunicación física y virtual que llega a profesionales y consumidores

(15 oct. 2020). Los establecimientos hosteleros se enfrentan a uno de los desafíos más importantes de su historia. Superar la actual crisis generada por la drástica bajada del consumo nacional e internacional y la implantación de las medidas sanitarias de reducción de la actividad. Todos los apoyos son bienvenidos para superar esta situación. La organización del **Día de la Hostelería** tiene, en 2020, más sentido que nunca. Esta iniciativa, puesta en marcha por los propios profesionales, apuesta por hacer visible su actual situación y poner, al alcance de todos, herramientas para contribuir activamente a su mejora. Esto ocurre en torno a la fecha central del **13 de octubre**.

Como entidad encargada de representar a la Aceituna de Mesa española, **INTERACEITUNA** apoya a los profesionales de la restauración patrocinando el **Día de la Hostelería 2020**. Gracias a este patrocinio, el logotipo



Nota de Prensa

de **Aceitunas de España** está presente en las comunicaciones que se generan en torno al Día de la Hostelería tanto a nivel físico como digital.

Mensajes y canales privilegiados

El Día de la Hostelería, impulsado por la empresa de distribución a hostelería, **MAKRO**, junto con otras empresas y organismos, se consolida en su quinto año de celebración. En los **34 centros comerciales** que posee esta firma, repartidos por 15 autonomías, las Aceitunas de España tienen visibilidad en los **elementos físicos, así como en publicaciones en redes sociales, web, Makro Mail, landing Makro, newsletter y kit de bienvenida**, que se han puesto en marcha para dar notoriedad a la jornada con los profesionales que acuden diariamente a adquirir lo necesario para sus negocios.

En paralelo a la presencia física, se orquesta un **despliegue digital**, utilizando los canales propios, como las webs de la campaña, de Makro o los canales de televisión para negocios hosteleros. A través de las redes sociales, gracias a la participación activa de más de **400 cocineros influencers**, se desarrolla una gran campaña de mensajes y viralizaciones con en torno al símbolo del corazón, que ha contribuido a elevar un importante ruido social en torno a este día.

Una embajadora de lujo para un producto de lujo

Uno de los pilares a la hora de generar contenido son los influencers y profesionales de los medios de comunicación. El Día de la Hostelería les permite crear actualidad gracias a la elaboración de una **Experience Box** específica. Una caja que recoge la esencia de todo lo que busca la institucionalización de esta jornada.

Creada para ser abierta en el propio domicilio, permite realizar desde casa un viaje por la excelencia que los mejores profesionales ponen al servicio de los usuarios de la hostelería. Entre los diferentes elementos, las **“Aceitunas de España, by Pepa Muñoz”**, embajadora del **Reto de la Aceituna**. De esta forma, la excelencia de sabores y texturas que ofrecen los frutos de nuestro olivar se suma a la experiencia de disfrutar de lo más selecto de la gastronomía española, en **Madrid y Barcelona**.



Nota de Prensa

La edición 2020 quiere sacar a la calle herramientas para generar notoriedad para el gran público, como la ubicación de **Meninas instaladas en las madrileñas calles de Ponzano y Jorge Juan**, inspiradas en las de Velázquez, o de **delantales** en las estatuas más representativas de los barrios.

El mismo público que tiene la oportunidad de participar en el **Concurso** para buscar a la **provincia más hostelera**, yendo a su establecimiento favorito y subiéndolo a las redes sociales. La marca Aceitunas de España ha acompañado las fotografías realizadas por los participantes en este certamen, que han viralizado imágenes de los locales de restauración bajo las etiquetas #DíadelaHostelería y #DdlHProvincia.

Las personas que participen en el Día de la Hostelería son testigos directos del apoyo de las aceitunas a un aliado histórico, como son los establecimientos hosteleros de nuestro país. Una tradición que está evolucionando hacia nuevos formatos más gastronómicos, pero sin olvidar las tapas de siempre. Miles de profesionales de la restauración española son los encargados de viralizar el Día de la Hostelería y generar una respuesta positiva en la población española.

Más información: ramon.arias@agrfoodmarketing.com - Tlf: 650 39 02 23

[Aceitunas de España](#)