

Nota de Prensa España

Programa global de tres años de duración

Aceites de Oliva de España y la Unión Europea lanzan “Olive Oil World Tour”, nueva estrategia global de promoción

- ✓ Un triple programa europeo para promocionar los aceites de oliva de Europa como referente mundial
- ✓ Generará 3.800 millones de impactos globales, de los que 500 millones serán en aeropuertos, estaciones y puertos de Alemania, Bélgica, España, Holanda y Reino Unido.
- ✓ “Let’s Make a Tastier World”, como mensaje dirigido a los viajeros internacionales del siglo XXI, para invitarles a disfrutar de un producto del que Europa es líder indiscutible: los Aceites de Oliva.

(30 may. 2018). Hoy se ha presentado en la sede del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente el nuevo programa de promoción de Aceites de Oliva de España, marca de promoción de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, destinado al mercado europeo. Cofinanciado por la Unión Europea, a partir hoy mismo, y a lo largo de los próximos tres años, animará a sumarse al Olive Oil World Tour a los viajeros en Alemania, Bélgica, España, Holanda y Reino Unido.

No obstante, la gran novedad es que esta iniciativa se enmarca en una estrategia global de promoción que incluye otros dos programas (uno destinado a Japón, China y Taiwán y otro más a Estados Unidos). Por primera vez, una misma estrategia va a implementarse de forma coordinada en tres continentes: Europa, Asia y América, generando a nivel global 3.800 millones de impactos. Campañas que bajo un único lema “Let’s Make a Tastier World” invitarán a descubrir, a los viajeros que transiten por esos nueve países nuevos, las bondades de nuestros Aceites de Oliva, que son emblema de la excelencia europea. Se va a incidir especialmente en aquellos que busquen hacer suyos los productos alimentarios que les ayuden a llevar un estilo de vida saludable y delicioso.

En ese sentido, Pedro Barato, presidente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, destacó durante la presentación, la fructífera colaboración con la Unión Europea, que ha permitido alumbrar estos tres programas: “Pocos sectores de la agroindustria europea han podido armar iniciativas promocionales de esta envergadura, que nos permitirán llegar a consumidores de tres continentes. La concesión de estos programas da una idea también

de la competencia técnica de la Interprofesional a la hora de abordar iniciativas de este calado. Y, por supuesto, del grado de compromiso del sector con su futuro”.

Fans de los Aceites de Oliva

A lo largo de sus tres años de vida, el Olive Oil World Tour desarrollará, en los cinco países europeos en los que operará, una completa agenda de actuaciones coordinadas para conseguir que su target principal, foodies y travellers urbanitas de más de 25 años e ingresos medios-altos, se conviertan en fans de los Aceites de Oliva. Con esta finalidad se ha calendarizado la presencia de los mensajes de la comunicación en uno de los canales de uso principal de este colectivo, los soportes informativos de las aerolíneas de referencia a disposición de los usuarios durante el vuelo.

En paralelo, una estrategia online multicanal introduce los Aceites de Oliva en el teléfono móvil de los viajeros. Una página web y perfiles sociales propios lo hacen posible. Además, establece una labor de contacto permanente con los medios de comunicación e Influencers de los países escenario.

Por tierra, mar y aire

Creando un “Tastier World” en aeropuertos, estaciones de tren y los puertos más transitados del continente, puertas de entrada o de paso a las grandes ciudades y en las que el público presenta una permeabilidad al descubrimiento y conociendo propia del viajero. Estos espacios acogen la instalación del Olive Oil Lounge, la mejor herramienta para unir la información con una experiencia completa de todos los sentidos. Este espacio cuenta con:

- Oleoteca: con los mejores aceites de oliva virgen extra del mundo.
- Degustaciones adaptadas al ritmo de las zonas de embarque.
- Infografías informativas.
- Videos de campaña en ipad y música con listas de reproducción.
- Zona específica para los niños.
- Punto de acceso logeado a wifi.

Una espectacularidad que también se traslada en las decoraciones exteriores de hubs turísticos donde opera el Olive Oil World Tour. Un acceso a una cultura, la de los aceites de oliva, con miles de años de tradición pero con todo lo necesario para seducir a los viajeros de hoy y de mañana. Un producto con el aval de calidad, seguridad alimentaria, respeto al medio ambiente y sostenibilidad que marca el origen europeo.

Europa, referente mundial

El año pasado, casi el 70% de los aceites de oliva consumidos en el mundo nacieron en olivares europeos. Mientras, Europa consumió poco más del 52% del aceite mundial. Esas cifras nos hablan de un alimento que exportamos a todo el mundo. Un alimento que tiene ante sí un mercado inmenso. Hay que tener en cuenta que el consumo es de unos escasos 400 gramos por cada habitante del planeta al año. De hecho, los aceites de oliva suponen poco más del 1,50% del consumo total de grasas vegetales en el mundo. Y sobre todo, cuenta

con unas virtudes que lo convierten un alimento único, pilar fundamental de la Dieta Mediterránea, declarada por la UNESCO Patrimonio Inmaterial de la Humanidad.

www.oliveoilworldtour.eu

<https://www.instagram.com/oliveoilworldtoure/>

<https://www.facebook.com/OliveOilWorldTourEU/>