

De Olive Oil World Tour landt op de luchthaven van Amsterdam

Olijfolie veroverd de groeiende markt van Nederland

- Aceites de Oliva de España en de Europese Unie leiden de wereldwijde promotiecampagne **Let's Make a Tastier World**, die nu naar Nederland komt
- De "Olive Oil Lounge" zal tijdens de maand januari op Schiphol de gezonde eigenschappen van olijfolie tonen, met degustaties en zintuiglijke "ervaringen". Het is de belangrijkste luchthaven van Nederland, de vijfde grootste in Europa en de tiende in de wereld, met meer dan 50 miljoen passagiers per jaar.
- De invoer in Nederland vanuit Spanje is verdubbeld in het laatste decennium. Het verbruik van olijfolie blijft groeien onder de Nederlandse consumenten

(Januari 2019) **Aceites de Oliva de España** en de **Europese Unie** presenteren de eerste promotionele actie in Nederland van de campagne **Let's Make a Tastier World**. In januari komt de "Olive Oil Lounge" aan op de luchthaven van **Schiphol** aan de uitgang van Lounge 3. Een ruimte ingericht als VIP-lounge, maar toegankelijk voor iedereen, die miljoenen reizigers zal uitnodigen om de cultuur van olijfolie te ontdekken via zijn *oleoteca*, waar ze de beste referenties ter wereld kunnen proeven en genieten van een chill out zone. Voor de kinderen is er ook een kindergedeelte om te genieten van een speelse ervaring die ze niet snel zullen vergeten.

De **Olive Oil Lounge** van **Schiphol** is een vitrine die van groot belang is voor olijfolie. Het is de belangrijkste luchthaven van Nederland, de vijfde grootste in Europa en de tiende in de wereld, met een luchtverkeer van meer dan 50 miljoen passagiers per jaar. Het is ook een van de belangrijkste concentratiecentra van internationale reizigers met herkomst en bestemming naar Azië, het Midden-Oosten, Canada, de Verenigde Staten, Australië of Nieuw-Zeeland, die de impact van de campagne zal vermenigvuldigen onder meerdere nationaliteiten.

Op die manier krijgen de reizigers die deze luchthaven passeren de kans om de voortreffelijke smaak van het vloeibaar goud te proeven in de express degustaties van het product, aangepast aan het ritme van de vertrekzone, en de beste oliën ter wereld te bewonderen dankzij "geofencing" of "geolocalisatie". Deze techniek maakt het mogelijk te weten wanneer een persoon zich in de actieradius van de **Olive Oil Lounge** bevindt, waarop

hij of zij een bericht krijgt met de uitnodiging om een volledige zintuiglijke ervaring te beleven rond de beste olijfolie.

Een groeiende markt

Volgens de gegevens van de Internationale Olijfolieraad staat **Nederland** momenteel op de negende plaats in Europa als consument van olijfolie. Bovendien schatten deskundigen dat de consumptie de komende jaren sterk zal blijven groeien. Dit is logisch als we de positieve evolutie zien van de verkoop in de afgelopen decennia. Ongeveer 90% van de oliën die het in 2017 invoerde, kwam uit Europa. Eén land onderscheidt zich echter van de rest als een belangrijke leverancier van deze markt. We hebben het over Spanje, dat 10.941 ton olijfolie exporteerde, wat 60,41% bedraagt van het totaal dat in 2017 op deze markt kwam (18.140 ton). In het laatste decennium heeft *Aceites de Oliva de España* immers een spectaculaire groei gekend in de voorkeur van de Nederlandse consument. Concreet **is de invoer vanuit Spanje verdubbeld, van 5.083 ton in 2008 naar 10.941 in 2017**. In die tijd is de totale invoer in Nederland met 30% gegroeid.

De campagne

Het promotioneel initiatief **Olive Oil World Tour**, van *Aceites de Oliva de España*, gestart in samenwerking met de EU, is ontwikkeld onder het motto “**Let’s Make a Tastier World**” en heeft een wereldwijd bereik. Het omvat informatieve acties in de belangrijkste luchthavens, treinstations en cruise terminals in **Europa, de Verenigde Staten en Azië**.

Over de Interprofesional del Aceite de Oliva Español

De *Interprofesional del Aceite de Oliva Español*, een non-profitorganisatie, op zijn beurt gevormd door alle representatieve entiteiten van de Spaanse olijfoliesector, heeft als hoofddoel de promotie van het product over de hele wereld.

Met zijn merk, **Aceites de Oliva de España**, ontwikkelt het al bijna een decennium lang promotiecampagnes om het product bij de consumenten van vijf continenten te brengen. De campagnes zijn voornamelijk gericht op de identificatie van het land van herkomst Spanje, als de onbetwiste leider in kwaliteit en kwantiteit van de productie en handel in olijfolie.

www.oliveoilworldtour.eu

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

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