

Los AOV españoles preparan una gran campaña de promoción en Japón

Aceites de Oliva de España lanza la iniciativa “Spanish Style Home Party” for the Christmas en un gran acto en Tokyo, que sirvió también para presentar la campaña de promoción en ese país

Japón es uno de los mercados más atractivos del mundo por su alto poder adquisitivo y su capacidad para marcar tendencias en la gastronomía asiática y en el consumo. De hecho, hasta septiembre la cuota de mercado de los aceites de oliva de España creció hasta rozar el 45%, prácticamente la misma cifra que Italia, tradicional líder en ese mercado.

Todos los grandes productores de aceites de oliva compiten en la carrera por hacerse un hueco en el mercado nipón, que en 2012 importó más de 46.000 toneladas de aceite, por un valor de 163 millones de euros. Una competición en la que España ha apostado muy fuerte para ganar una cuota de mercado, desde una posición de liderazgo como principal país productor del mundo.

Y lo cierto es que lo está consiguiendo. Según los datos de las aduanas japonesas, España vendió en ese país 17.545 toneladas de aceites de oliva entre los meses de enero y septiembre de este año, un 16% más que en los 9 primeros meses de 2012, y lo más importante, logrando una cuota de mercado del 44,93%, solo 299 toneladas menos que Italia.

Por esa razón, la Interprofesional del Aceite de Oliva de España, a través de su marca Aceites de Oliva de España, ha incluido a Japón entre los países objetivo de sus campañas de promoción que se han lanzado a lo largo de este otoño en 13 mercados de 4 continentes.

Una campaña que se presentó el pasado jueves 19 de diciembre en un acto celebrado en Tokyo al que se invitó a la prensa, blogueros especializados en gastronomía así como a estudiantes de escuela de hostelería. Un evento en el que además de presentar a los periodistas la campaña que ahora echa a andar, sirvió también para lanzar la primera de las iniciativas promocionales denominada “Spanish Style Home Party” for the Christmas.

Un acto eminentemente gastronómico en el que la nutricionista y experta en gastronomía Miyuki Matsuo llevó el peso de la presentación de los aceites españoles, así como de la demostración gastronómica en la que se elaboraron platos diseñados especialmente para la Navidad y en las que los vírgenes extras fueron los grandes protagonistas. Recetas que se han recogido en un folleto que también incluye recomendaciones de uso de nuestros aceites.

Otra parte de la presentación del acto de Tokyo corrió a cargo de la celebrity local Maome Yuki, actriz, cantante y modelo y muy ligada al mundo de la gastronomía. Este evento también sirvió para presentar en sociedad al “Olive Oil Man”, que tendrá un papel destacado en la campaña de promoción. Una interesante herramienta promocional en el mercado nipón, en donde es muy común el recurso a los superhéroes, en este caso llegado directamente de España y con la misión de dar a conocer nuestros aceites de oliva.

La campaña también empleará recursos más comunes como la publicidad en revistas, anuncios en el metro, la colaboración con las más prestigiosas escuelas de cocina del país, así como un uso intensivo de internet y las redes sociales para llegar al mayor número de consumidores posibles.

Source : <http://www.olimerca.com>, 23/12/2013