

Inversión récord para promocionar la marca “OLIVES FROM SPAIN” en 7 mercados clave

- **El sector de la aceituna de mesa de España, a través de su interprofesional (INTERACEITUNA), invertirá más de 3,5 millones de euros en 2014 para actividades de promoción.**
- **Las campañas de publicidad de la marca “OLIVES FROM SPAIN” se desarrollarán en 7 mercados estratégicos para el sector: España, Estados Unidos, Rusia, Francia, Reino Unido, Polonia e India.**
- **Se renueva el apoyo institucional de diferentes administraciones con el sector de la aceituna de mesa: Comisión Europea, MAGRAMA, ICEX, EXTENDA y AVANTE.**

El sector de la aceituna de mesa, a través de su interprofesional (INTERACEITUNA), continúa con su apuesta decidida por las actividades de promoción como medio para consolidar el liderazgo mundial de nuestro país en cuanto a la producción y exportación de aceitunas de mesa. La inversión récord de más de 3.5 millones de euros en el año 2014 será posible gracias al esfuerzo del sector y al apoyo que éste recibe por parte de diferentes organismos de promoción exterior tales como ICEX (Ministerio de Economía), EXTENDA (Junta de Andalucía) y AVANTE (Junta de Extremadura). Asimismo, juega un papel destacado en este plan el Programa de Promoción Europeo presentado por INTERACEITUNA a la UE que fue aprobado hace unos meses. Las campañas de promoción que se implementarán durante todo el año 2014 para consolidar la marca “OLIVES FROM SPAIN”, tienen como objetivo principal que los consumidores extranjeros asocien el producto “aceituna”, con el país “España”, reforzando la imagen de calidad de la que ya gozan nuestras aceitunas en los mercados internacionales. En el caso de España, el objetivo prioritario será mejorar el conocimiento del producto y dar a conocer su potencial gastronómico.

La decisión estratégica adoptada por el sector supone una apuesta por los mercados tradicionales y consolidados tales como España, Estados Unidos o Rusia, ya que, aumentos de un punto porcentual de las ventas en estos mercados, suponen una mayor comercialización de aceitunas en términos de volumen, lo cual es una prioridad en estos momentos para todo el sector.

De forma complementaria y con la mirada puesta en el futuro, por primera vez se desarrollará una campaña de promoción en un mercado con gran potencial de crecimiento como es India, país en el que habitan más de 1.000 millones de personas. Aunque la aceituna de mesa no es alimento habitual de la dieta de los indios, el producto encaja perfectamente en su gastronomía y el mercado ofrece muchas posibilidades al sector en el corto/medio plazo. INTERACEITUNA, la Organización Interprofesional de la Aceituna de Mesa, agrupa a las organizaciones que representa a nivel nacional al sector productor,

transformador y comercializador de este producto: ASAJA, ASEMESA, COAG, Cooperativas Agroalimentarias de España y UPA.

Source : <http://elolivar.blogspot.com.es/2014/05/inversion-record-para-promocionar-la.html>,
(05/2014)