

La campaña de promoción de los Aceites de Oliva intensifica las acciones en su recta final

- **Por delante, cuatro meses para acercar la cultura de los Aceites de Oliva a los consumidores españoles y los millones de turistas que nos visitan**
- **“Aceites de Oliva, Toda una Experiencia” culmina tres años de trabajo en los que**
- **ha primado el contacto directo con el consumidor, prestando especial atención a los aceites virgen extra monovarietales**

• Elevar la cultura de los aceites de oliva en nuestro país. Con ese empeño se puso en marcha hace ya casi tres años la campaña de promoción “Aceites de Oliva, Toda una Experiencia”, una iniciativa de Aceites de Oliva de España, marca de promoción de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, con el apoyo de la Unión Europea y el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

Campaña que, hasta el momento, ha logrado unos resultados espectaculares, con más 260 millones de impactos. A pesar de entrar en su recta final, la campaña no aminora su marcha, muy al contrario. A lo largo de los próximos cuatro meses se van a realizar decenas de acciones por todo el país.

Medios masivos para llegar al consumidor

• Animar a descubrir al gran público tanto las categorías comerciales de los aceites de oliva, como las principales variedades de virgen extra y sus usos en cocina, son los objetivos que la campaña se ha marcado para la oleada del mes de mayo.

Para ello se utilizarán como vehículo de nuestros mensajes los espacios televisivos más seguidos por los que compran en casa (El Programa de Ana Rosa, Sálvame Diario, Sálvame Deluxe, Noticias Cuatro-Deportes o Karlos Arguiñano), así como sus revistas favoritas (Diez Minutos, Elle, Lecturas, Saber Vivir, Semana, Vanitas Vanitatis, Hola!, Pronto y Telva). En ese mismo mes, los

Autobuses Urbanos de Madrid y Barcelona invitarán al público a vivir la Experiencia durante su recorrido por el corazón de las dos ciudades más importantes de España