



Interaceituna invertirá 7,4 millones de euros para promocionar la aceituna europea en EEUU

La Comisión Europea (CE) ha aprobado el plan de promoción europeo presentado por la Organización Interprofesional de la Aceituna de Mesa (Interaceituna) a la convocatoria de programas de la UE de 2020. Así, la entidad invertirá 7,4 millones de euros para acercar las bondades de la aceituna europea a los consumidores estadounidenses.

“Europe at your table with Olives from Spain” es el eslogan del programa trienal que pone en marcha Interaceituna en un mercado tan relevante como Estados Unidos, uno de los países del mundo que más aceitunas consume, y nace como continuidad a “Have an Olive Day with Olives from Spain”, una estrategia global finalizada en febrero de 2020 que superó todas las expectativas y contó con el popular chef Jose Andrés como embajador de la campaña, según ha informado la organización.

Un total de 129 propuestas se han presentado a estas ayudas de carácter europeo, de las cuales solo un 33% ha pasado el corte. En concreto, seis de estas candidaturas incluían específicamente acciones relacionadas con la aceituna y tres de ellas han obtenido la aprobación de la UE. Frente a propuestas provenientes de países competidores como Italia y Grecia, el proyecto de Interaceituna ha obtenido la mayor dotación económica y una de las puntuaciones totales más elevadas, con 92 puntos sobre 100.

Los objetivos que persigue esta histórica iniciativa son incrementar el nivel de conocimiento de las bondades de los productos agrícolas; informar sobre los beneficios de consumir aceitunas de mesa europeas; defender la competitividad de la aceituna de mesa europea en un mercado tan importante como el estadounidense; y poner en valor el modelo de





producción europeo en un momento donde el consumidor demanda información más extensa y detallada sobre los alimentos.

Experiencia en programas europeos y campañas de promoción

Desde el año 2007, Interaceituna ha precisado que viene ejecutando actividades de promoción genéricas en más de una docena de países, con una inversión total realizada hasta la fecha de 30 millones de euros aproximadamente. Este hecho, a su juicio, asegura el buen desempeño de un plan de promoción y es una clara garantía para la Comisión Europea.

Durante estos años, la organización ha desarrollado campañas de promoción de la aceituna de mesa en países como Rusia, Polonia, Australia, México, Ucrania, República Checa, Eslovaquia, Hungría, Reino Unido, Francia, Estados Unidos, India y Canadá, además de España.

La gestión de estas campañas genéricas de promoción ha sido posible, según ha resaltado, gracias al esfuerzo del sector español de la aceituna de mesa y a la colaboración de diferentes organismos públicos de ámbito internacional, europeo, nacional y regional.

En este contexto, Interaceituna ha gestionado y coordinado campañas de promoción genéricas cofinanciadas por la UE como los planes de promoción de la aceituna de mesa para España, Francia y Reino Unido (2013-2016) y Estados Unidos (2017-2019). Además, desde el 1 de junio de 2020 se ha iniciado un nuevo plan de acciones de promoción en dos mercados tan relevantes y estratégicos para el sector como India y Canadá, con el objetivo de consolidar la internacionalización de este producto emblema de la Dieta Mediterránea.

Asimismo, tras el análisis de las propuestas recibidas, los responsables de la organización vuelven a confiar en la agencia



المملكة المغربية
Royaume du Maroc



وزارة الفلاحة والصيد البحري
والتنمية القروية والمياه والغابات
Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime,
du Développement Rural et des Eaux et Forêts



Tactics Europe para la ejecución de este nuevo programa europeo de promoción, que será la encargada de gestionar la campaña en el mercado estadounidense y desarrollar las acciones de comunicación.

Lien rapport :

<https://www.mercacei.com/noticia/53885/actualidad/interaceituna-invertira-74-millones-de-euros-para-promocionar-la-aceituna-europea-en-eeuu.html>

