ICEX e Interaceituna invierten más de 652.000 € para promocionar las aceitunas de mesa en EE.UU

Además se destinarán otros 280.000 € procedentes de un acuerdo de colaboración entre la Agencia Andaluza de Promoción Exterior, EXTENDA e Interaceituna y de una aportación adicional del sector

La Consejera Delegada de ICEX España Exportación e inversiones, María del Coriseo González-Izquierdo, y el Presidente de Interaceituna, Ricardo Serra, han firmado ayer un convenio de colaboración que permite el desarrollo de actividades de promoción de la aceituna de mesa de España en EE.UU.

El acuerdo de colaboración con ICEX permitirá volver a promocionar las aceitunas de España en EE.UU. y consolidar la imagen de la marca Olives from Spain en uno de los países que más aceitunas de mesa consume en el mundo.

La inversión total destinada a promocionar las aceitunas de España en EE.UU. durante 2013 es de 932.000 €. De esta cantidad, más de 652.000 € provienen del acuerdo de colaboración ICEX-Interaceituna, mientras que 280.000 € proceden de un acuerdo de colaboración paralelo alcanzado entre la Agencia Andaluza de Promoción Exterior, EXTENDA e Interaceituna y de una aportación adicional del sector.

La campaña comenzará en agosto y finalizará en diciembre de 2013. Durante estos cinco meses se realizarán numerosas actividades de promoción: eventos de RR.PP. dirigidos a consumidores finales y a medios de comunicación, actividades online, gabinete de prensa, etc.

Todas estas actividades estarán apoyadas por la imagen de un prescriptor de prestigio que se convertirá en el Embajador de las aceitunas de España.
Los objetivos de la campaña de promoción son:

• Asociación directa entre las aceitunas de mesa, y su lugar de origen, España, país líder a nivel mundial en cuanto a producción y exportación de este producto.

• Incremento del consumo de aceitunas españolas en EE.UU.

• Difusión de las propiedades nutricionales de las aceitunas de mesa como alimento base de la Dieta Mediterránea, así como nuevas formas de consumo.

EE.UU. mercado clave

EE.UU. es un mercado estratégico para el sector de la aceituna de mesa dado que es el principal destino de las exportaciones españolas de aceitunas seguido a mucha distancia de otros países como Rusia o Italia; y es que el tamaño del mercado de aceituna de mesa de EE.UU. ha crecido en los últimos 10 años un 12%. Aunque España ocupa una posición de liderazgo en este mercado, se está perdiendo paulatinamente cuota frente a otros competidores, lo cual hace necesario que se realicen campañas de promoción.

Por otra parte, se aprecia en el mercado norteamericano una tendencia hacia el consumo de productos saludables y una creciente preocupación por seguir una dieta sana y equilibrada, lo cual crea un clima favorable para la promoción de un alimento como las aceitunas de mesa.

Interaceituna continuará realizando actividades de promoción en otros mercados clave para el sector tales como España, Francia, Reino Unido, Polonia y Rusia. Estas campañas buscan que los consumidores europeos conozcan las bondades nutricionales de la aceitunas de mesa como alimento esencial de la Dieta Mediterránea-