

Cuenta con un presupuesto de más de 16,5 millones de euros

La Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español, el MARM y la Comisión Europea lanzan la mayor campaña de promoción del aceite de oliva

- Tiene una duración de tres años y su ámbito geográfico abarca España, Francia, Reino Unido, Bélgica y Holanda
- Su objetivo es aumentar el consumo en mercados donde existe una mayor tradición cultural como el español y fomentarlo en países donde el arraigo es menor.

Madrid, 1 de febrero de 2010. La Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español, el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) y la Comisión Europea han presentado esta mañana las actuaciones de la mayor campaña de promoción del aceite de oliva realizada hasta la fecha en la Unión Europea.

Con un presupuesto superior a los 16,5 millones de euros, el programa se desarrollará durante tres años, de octubre de 2009 a octubre de 2012, en Francia, Reino Unido, Bélgica, Holanda y España. La cuantía total, en la que la Interprofesional del Aceite de Oliva aporta el 47%, el MARM un 13% y el 40% restante son fondos europeos, se distribuirá de manera equitativa para cada ejercicio contemplado en la campaña.

Para Pedro Barato, Presidente de la Interprofesional del Aceite de Oliva, *“el respaldo de la UE y del Gobierno español supone una gran oportunidad y un gran reto para la Interprofesional del Aceite de Oliva, ya que estamos gestionando un presupuesto sin precedentes”*. Barato destaca también *“la fuerte aportación económica y la implicación del sector, que han sabido responder a las necesidades a pesar de estar pasando momentos realmente críticos”*.

Incrementar el consumo

En los últimos años, la modernización del olivar y la aparición de nuevos países productores en el panorama mundial ha provocado un incremento global y continuado de la producción de aceites de oliva.

La campaña, por tanto, tendrá como objetivos: aumentar el consumo de aceite de oliva, su presencia en los distintos canales de distribución, informar a las personas responsables de la compra en el hogar, incorporar a nuevos consumidores, promover hábitos de consumo entre la población más joven y conseguir el respaldo de los líderes de opinión y medios de comunicación. Para lograrlo, se incidirá en la difusión de información sobre los aceites de oliva, las distintas categorías comerciales, su riqueza varietal, sus cualidades nutritivas y organolépticas y en los beneficios de la Dieta Mediterránea, en la que el aceite de oliva es uno de los ingredientes fundamentales. Todo ello a través de una imagen actualizada de un producto clave en nuestra cultura.

Inversión publicitaria por países

España acumula el 34,5% del presupuesto total, mientras que Reino Unido y Francia recibirán el 23,5% y el 23,2% respectivamente y Bélgica y Holanda supondrán el 4,84% de la inversión cada uno.

EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN DE LA CAMPAÑA DEL ACEITE DE OLIVA

PRESUPUESTO POR PAÍSES	Año 1	Año 2	Año 3	Total
Total acciones ESPAÑA	1.918.644,61	1.875.898,06	1.913.395,33	5.707.938
Total acciones REINO UNIDO	1.290.742,75	1.308.134,75	1.303.672,43	3.902.549,93
Total acciones FRANCIA	1.280.026,50	1.293.692,25	1.274.963,38	3.848.682,13
Total acciones BÉLGICA	257.032,00	272.000,00	271.900,00	801.132,00
Total acciones HOLANDA	256.672,00	272.200,00	272.260,00	801.132,00
Total costes directos	482.249,43	484.770,00	485.895,29	1.452.914,72
Total costes generales	14.467,48	14.543,10	14.576,86	43.587,44
TOTAL PROGRAMA 2009-2012	5.499.834,77	5.521.438,16	5.536.863,29	16.557.936,23

Fuente: Org. Interprofesional del Aceite de Oliva, MARM, Comisión Europea.

Cada mercado, su mensaje

Los mensajes que conforman el núcleo de la campaña se completan con otros conceptos adaptados a las peculiaridades de cada mercado.

En España, el eje de comunicación será *“Aceites de Oliva. El Corazón de la Dieta Mediterránea. Con todo tu amor”*. Con estos mensajes publicitarios se apelará al sentimiento de *cuidado de los tuyos* y se modernizará la imagen de un producto que goza de una amplia tradición cultural.

En Reino Unido, el mensaje principal se asociará al estilo de vida mediterráneo. *Aquí sabemos vivir*. Bajo el *claim* *“Olive oil. The flavour of life”* (Aceite de oliva. El sabor de la vida), la estrategia se centrará en transmitir las bondades de la cultura mediterránea, muy valorada en aquel país, vinculándola a los aceites de oliva y a una vida más sana.

En Francia, Holanda y Bélgica, el aceite de oliva se asocia con un producto de lujo, pero accesible. El *claim* publicitario *“Une vie de riche c’est bien. Une vie de luxe c’est mieux”* (Una vida de rico está bien. Una vida de lujo es mejor) permitirá asociar los aceites de oliva al concepto de que la salud no tiene precio.

Para más información:

Abascal Comunicación

Teresa Abascal / Myriam Rámila

T. 91 456 04 44

tabascal@abascalcomunicacion.com / mramila@abascalcomunicacion.com

EJEMPLOS DE LA CAMPAÑA GRÁFICA EN ESPAÑA

“COCINAR CON TODO TU AMOR”

Meriendas hechas con amor

La mejor forma de recibir a los niños es poner todo el corazón en las cosas que hacen. Y lo sabemos porque al momento de la vida, nos dedicamos, siempre que podemos.

Por eso, antes que un alimento, por lo común y por lo cotidiano, pedimos siempre de verdad de cómo se ha preparado. Porque si hay un ingrediente que nos puede hacer sentir bien, es cuando se ha hecho con amor.

Aceites de Oliva
El aceite de oliva es el rey de los aceites.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO
FEGA

CAMPAÑA FINANCIADA CON LA AYUDA DE LA UNIÓN EUROPEA Y DE ESPAÑA

Aceites de Oliva
El aceite de oliva es el rey de los aceites.

Los reyes de la casa se merecen lo mejor.

¿Qué para comer cuando los hijos despiertan por la mañana, antes de ir a la escuela? ¿Qué para cuando los niños se levantan por la mañana? ¿Qué para cuando los niños se levantan por la mañana? ¿Qué para cuando los niños se levantan por la mañana? El momento de la vida, nos dedicamos, siempre que podemos.

Aceites de Oliva
El aceite de oliva es el rey de los aceites.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO
FEGA

CAMPAÑA FINANCIADA CON LA AYUDA DE LA UNIÓN EUROPEA Y DE ESPAÑA

Aceites de Oliva
El aceite de oliva es el rey de los aceites.

Platos preparados con amor.

Los familiares y los invitados merecen otro tipo de comida. No pueden ser platos de verdad. Por lo común y por lo cotidiano, pedimos siempre de verdad de cómo se ha preparado. Porque si hay un ingrediente que nos puede hacer sentir bien, es cuando se ha hecho con amor.

Aceites de Oliva
El aceite de oliva es el rey de los aceites.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO
FEGA

CAMPAÑA FINANCIADA CON LA AYUDA DE LA UNIÓN EUROPEA Y DE ESPAÑA

Aceites de Oliva
El aceite de oliva es el rey de los aceites.

EJEMPLOS DE LA CAMPAÑA GRÁFICA EN LA UNIÓN EUROPEA

REINO UNIDO

“Olive oil. The flavour of life”



FRANCIA

*« Une vie de riche c'est bien.
Une vie de luxe c'est mieux »*



HOLANDA

*« U kunt kiezen voor een leven vol luxe
Of voor een luxueus leven »*



BÉLGICA

*« U kunt kiezen voor een leven vol luxe
Of voor een luxe leven »*

