



Campaña de Promoción de los Aceites de Oliva

Índice

Presentación

I.- Semana de los Aceites de Oliva

- Público infantil
- Escuelas de Hostelería
- Gran Público

II.- Una innovadora forma de presentar nuestro producto en cualquier rincón de España: los Carritos de los Aceites de Oliva

III.- Soportes Premium para alcanzar contactos de calidad

- Karlos Arguiñano
- Momentos Internos
- Prensa femenina
- Mensajes en las redes

IV.- Llegar al consumidor final a través de la Hostelería

- Acción Restaurantes
- Escuelas de Hostelería
- Colectivo médico

V.- Aprovechar la afluencia de millones de turistas

- Acción Paradores
- Buses Turísticos

VI.- Creando buenos hábitos hoy para el día de mañana

VII.- Un portavoz de excepción: Juan Pozuelo

- Embajador de los Aceites de Oliva

VIII.- Una apuesta estratégica por las Redes Sociales

- Campaña 2.0
- App de Los Aceites de Oliva



Presentación

El Aceite de Oliva tiene un nombre conocido. Ha llegado la hora de que su apellido también lo sea. La **Interprofesional del Aceite de Oliva Español**, a través de su marca **Aceites de Oliva de España**, con el apoyo de la **Unión Europea** y del **Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente**, ha puesto en marcha una campaña de tres años de duración. Su objetivo es involucrar al consumidor en el conocimiento de los diferentes Aceites de Oliva que se elaboran en la zona productora de la Unión Europea, donde destaca nuestro país -por ser el primer productor mundial-, que cuenta con más de 260 variedades de aceitunas. Este paso hacia adelante en la comunicación de los aceites de oliva se va a apoyar en las cuatro variedades más comunes: arbequina, cornicabra, hojiblanca y picual.

Todos “de oliva”, todos diferentes y todos excelentes. Aprender a utilizar cada una de las categorías comerciales de aceites de oliva (virgen extra, virgen y aceite de oliva) y a disfrutar de las distintas variedades de los virgen extra, aprovechando sus cualidades, abre al consumidor un mundo de posibilidades a través de las **Experiencias** en torno a los Aceites de Oliva. La campaña se compone de un grupo de acciones desarrolladas en conjunto y creadas específicamente para cada uno de sus colectivos estratégicos. Desde los escolares al gran público, pasando por los responsables de la compra en el hogar, los profesionales de la hostelería o los turistas internacionales que visitan nuestro país. Todos los que contribuyen a crear tendencia recibirán alguno de los **200 millones de impactos** que se lograrán a lo largo del tiempo que dura esta iniciativa.



I.- Semana de los Aceites de Oliva

La Semana de los Aceites de Oliva se desarrolla sobre un espacio dedicado en exclusiva al conocimiento de los Aceites de Oliva. Su instalación en la calle genera la oportunidad de disponer de una herramienta para facilitar el contacto directo con el público y ofrecerle todas las herramientas necesarias para descubrir las Experiencias con los Aceites de Oliva.

Un espacio al que se promoverá la asistencia del gran público en general y de los públicos infantiles y de Escuelas de Hostelería en particular. Todos podrán relatar las experiencias vividas en la carpa en www.experienciasaceitesdeoliva.com.

II.- Una innovadora forma de presentar nuestro producto en cualquier rincón de España: los Carritos de los Aceites de Oliva

El diseño de **50 carritos especiales** permite contar con una forma original y sencilla de presentar los Aceites de Oliva al público, que gracias a su movilidad, puede ser instalada en puntos urbanos relevantes, enclaves turísticos o cualquier tipo de evento. Esta herramienta va a permitir a los consumidores tener un contacto directo y de calidad con las variedades más comunes, poniendo a su alcance la Experiencia a través de **degustaciones** y de **maridajes**.

III.- Soportes Premium para alcanzar contactos de calidad

La inclusión en la comunicación de los Aceites de Oliva de las principales variedades representa un avance cualitativo muy importante y un desafío, por su carácter **completamente innovador**. Por este motivo, se ha programado una amplia campaña de medios en la que se combina un importante despliegue presencial con la selección de soportes y prescriptores del **máximo nivel**.

- **Karlos Arguiñano**

Se trata de un referente para el público objetivo de la campaña. Con su **“Rincón de los Aceites de Oliva”**, podrá **seleccionar** aquellos que mejor se adaptan a sus recetas **explicar** los motivos de su elección.



- **Momentos Internos**

La introducción en el cuerpo de los programas de televisión de momentos internos permite contar con el **valor añadido de fiabilidad y confianza** que los presentadores añaden al producto, además de disponer de un espacio de tiempo más largo para la construcción del mensaje y separado del resto de la publicidad de la cadena.

- **Prensa femenina**

Uno de los soportes que mejor conectan con el **target principal** de la campaña (personas con la decisión de compra en el hogar de 25 a 45 años) por su **afinidad** y por su **gran implantación** en todo el territorio.

- **Una apuesta por las redes sociales**

La importancia de las redes sociales es cada vez más determinante para el éxito de una campaña y para llegar a las franjas de población más jóvenes. Para las web 2.0 se desarrollarán diferentes formatos audiovisuales.

IV.- Llegar al consumidor final a través de la Hostelería

- **Acción Restaurantes**

La hostelería crea tendencias gastronómicas. Esta campaña dedica un importante esfuerzo a sus profesionales de la cocina, informándoles sobre las principales variedades de los Aceites de Oliva. Además, en las salas se creará el Rincón de los Aceites de Oliva para los clientes.

- **Escuelas de Hostelería**

Enseñar hoy a los profesionales del mañana. Con esa filosofía, la campaña ha contemplado **masterclass anuales** en **25 Escuelas de Hostelería**. Los encargados de impartirlas serán profesionales especialmente formados para esta acción por el Embajador de la campaña, Juan Pozuelo.

- **Colectivo médico**

Las bondades de los Aceites de Oliva son una realidad que llega a los consumidores con el **aval de la comunidad científica**. Los proyectos de investigación en marcha sobre nuevos beneficios arrojan constantemente elementos que consolidan la opción de esta grasa como la mejor alternativa para una alimentación equilibrada.



La campaña contempla la celebración de **encuentros** con especialistas médicos, a los cuales trasladar los últimos avances realizados.

V.- Aprovechar la afluencia de millones de turistas

España es el primer olivar del mundo. También es una potencia turística. Millones de visitantes llegan cada año a nuestro país. Con nuestros aceites ya presentes en los mercados del mundo, la campaña plantea acciones para **trasladar las Experiencias** de los Aceites de Oliva a los **compradores internacionales**, para que de regreso a sus respectivos países de origen, sigan consumiendo el producto que descubrieron aquí.

- **Acción Paradores**

Tradicionalmente vinculada a la gastronomía tradicional y sus productos, la cadena Paradores va a ofrecer a sus **clientes de restauración** la posibilidad de vivir una **Experiencia** sensorial sin levantarse de la mesa.

Los clientes, nacionales y extranjeros, descubrirán las variedades en el **carrito de los Aceites de Oliva**. Además, la campaña les obsequiará con un recetario de las **Cocinas del Mundo**, donde se enseña a elaborar platos tradicionales de distintos puntos del planeta con Aceites de Oliva.

- **Buses Turísticos**

Los autobuses turísticos son un lugar de encuentro para turistas de todos los países. Además de recorrer los enclaves más característicos de **Madrid y Barcelona**, los viajeros tendrán la oportunidad de **descubrir los Aceites de Oliva**. Será gracias a los **materiales informativos** y a las **muestras de producto**.

VI.- Creando buenos hábitos hoy para el día de mañana

- **Talleres escolares**

La campaña de las Experiencias llega también a los **niños**. En la etapa infantil se generan los **hábitos alimentarios del futuro**. Además, los escolares ejercen de embajadores, **compartiendo en casa** lo que se les ha enseñado en el Taller. Esta acción contará con **escolares de 6 a 8 años**, además de implicar a tutores, profesores y padres.



Los escolares vivirán la **Experiencia de los Aceites de Oliva**, poniendo en juego sus sentidos para aprender a descubrir, diferenciar, apreciar y utilizar las principales variedades:

- Experiencia “de Aroma”
- Experiencia “de Sabor”
- Experiencia “gastronómica”

VII.- Un portavoz de excepción: Juan Pozuelo

- **Embajador de los Aceites de Oliva**

La Interprofesional del Aceite de Oliva va a abrir su comunicación para abarcar las características propias de las variedades más comunes. Esta **ampliación del mensaje** hace necesaria la labor de un comunicador que conozca nuestros aceites y sepa **hacer extensivo** dicho conocimiento al público. **Juan Pozuelo** ha sido elegido **Embajador de los Aceites de Oliva** por su trayectoria gastronómica, su conocimiento del producto y su gran capacidad para trasladar el mensaje.

VIII.- Una apuesta estratégica por las Redes Sociales

- **Campaña 2.0**

Pensando en las capas más jóvenes del público objetivo al que se dirige la campaña, se ha desarrollado una acción en webs 2.0. A través de las herramientas creadas se busca fomentar el descubrimiento de la **Experiencia con los Aceites de Oliva**, la consolidación de la tendencia de su consumo y el **rejuvenecimiento de los consumidores**.

Durante la campaña estará operativo un **microsite** donde se recogerá toda la información sobre las principales variedades, así como enlaces a las principales acciones en Social Media:

- Información de producto
- Community Management
- Publicaciones en Facebook, Twitter, YouTube...
- Campaña banners

- **App de Los Aceites de Oliva**

Los aspectos más prácticos y relevantes de la campaña estarán al alcance de los usuarios de tablets y smartphones (BlackBerry, Android, iPhone) a través de **descargas gratuitas** de

Aceites de Oliva

Toda una **E**xperiencia



sus respectivas plataformas de aplicaciones. Gracias a esta App, será posible disponer en el terminal de:

- La Experiencia de los Aceites de Oliva
- Información sobre variedades, procesos de cata, maridajes
- Recetas, consejos.
- Hábitos de vida saludable

www.experienciasaceitesdeoliva.com

[@experienciasAO](https://www.facebook.com/experienciasAO)

Facebook: Experiencias Aceites de Oliva.