

Aceites de Oliva de España tiene en marcha desde hace dos años una potente campaña de promoción en Alemania

**La Interprofesional del Aceite de Oliva Español invita a un grupo de periodistas alemanes a visitar Toledo para conocer la realidad de un alimento cada vez más presente en su país**

Los cinco informadores han podido seguir todo el proceso de elaboración de los aceites de oliva, desde el campo a la botella

Han conocido el proyecto LIFE Olivares Vivos + que, con el apoyo del sector, aboga por un olivar más sostenible, algo que valoran especialmente los consumidores alemanes

Y, por supuesto, han podido degustar algunas de nuestras variedades más representativas, empezando por la cornicabra de la Denominación de Origen Montes de Toledo

(diciembre 2023) Hace ahora unos dos años, la Interprofesional del Aceite de Oliva Español lanzó en Alemania una nueva campaña de promoción bajo la estrategia "Olive Oil World Tour". Una campaña con una duración de tres años y que cuenta con el apoyo de la Unión Europea. Una campaña con la que el sector español persigue alcanzar el liderazgo en uno de los principales mercados para el aceite de oliva en Europa con unas importaciones de unas 80.000 toneladas en 2022. Como parte de esta campaña, la Interprofesional ha organizado un viaje de prensa tanto para corresponsales de medios alemanes en España, como a informadores llegados expresamente desde Alemania.

Una visita que se inició con una presentación del sector y de la campaña de mano de la gerente de la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español, Teresa Pérez. Celebrada en el La Comunal, la tienda que la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero tiene en Madrid, incluyó también una iniciación a la cata con la degustación de aceites de oliva virgen extra de las variedades arbequina, hojiblanca y picual.

El jueves, los informadores se trasladaron a Toledo, al corazón del olivar de la segunda comunidad productora de Aceites de Oliva de España. Empezaron la



visita por un olivar ecológico en la localidad de Madridejos. Allí pudieron conocer más sobre el cultivo y asistir a la recolección de la aceituna cornicabra. Se reunieron también con Carlos Ruiz, coordinador del proyecto LIFE Olivares Vivos + que trabaja en el desarrollo de un modelo de olivar más sostenible, poniendo el foco en el incremento de la biodiversidad. Una iniciativa que interesó especialmente a los informadores, reflejo de la importancia que el medio ambiente tiene para los consumidores alemanes. “Se mostraron muy interesados tanto en el modelo como las repercusiones que puede tener su aplicación a gran escala. Son conscientes de la enorme superficie de olivar que hay en España y en Europa y que una aplicación de este modelo a gran escala podría tener un impacto en la mejora ambiental y de la biodiversidad realmente espectacular”.

Más tarde, el grupo se desplazó a la sede de la empresa Aceites García de la Cruz de la misma localidad toledana. Allí pudieron ver otro aspecto diferenciador del sector español de los Aceites de Oliva de España, su apuesta por el mercado exterior. De hecho, la mayoría de sus aceites de oliva virgen extra envasados se venden fuera de nuestras fronteras. En la Cooperativa San Sebastián de Madridejos conocieron el peso de las cooperativas en este sector, además de seguir el proceso de elaboración del aceite. Un aceite de oliva cornicabra fue el protagonista de la cata que ofreció el director general de la Fundación del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Montes de Toledo en Consuegra. Para terminar, los informadores visitaron el Museo del Aceite Felipe Vegue que la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero tiene en la localidad de Mora de Toledo.

Teresa Pérez destaca que esta iniciativa se enmarca dentro del ambicioso trabajo de promoción en el que el sector está inmerso: “Esta campaña es una de las ocho que estamos realizando en estos momentos en todo el mundo. Esta labor es fundamental que consolidemos consumidores para los aceites de oliva para que, en cuanto lleguen las lluvias y recuperemos las buenas producciones, tengamos una buena salida a los mercados”.

## Quienes somos

La Interprofesional, una organización sin ánimo de lucro, formada por todas las entidades representativas del sector del aceite de oliva español, que tiene como principal objetivo la promoción del producto en todo el mundo. A través de su marca Aceites de Oliva de España, lleva una década desarrollando campañas de promoción del producto a consumidores de los cinco continentes. Campañas que están trabajando fundamentalmente en la identificación del origen España, como líder indiscutible en calidad y cantidad de aceites de oliva producidos y comercializados. Asimismo, colabora con centros de investigación de todo el país para impulsar la innovación.

Para más información: Antonio Martínez, 650 760 139

