

## Extenda e Interaceituna promocionan las aceitunas de mesa en Polonia, Rusia y Estados Unidos



### Noticias

A través de este convenio, la entidad dependiente de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo y la interprofesional del sector, colaboran para realizar actividades de promoción en tres mercados estratégicos para el sector de la aceituna de mesa

La directora general de **Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior**, Teresa Sáez, y el presidente de la **Interprofesional de la Aceituna de Mesa (Interaceituna)**, Ricardo Serra, han firmado hoy un convenio de colaboración que permite el desarrollo de programas de promoción de la aceituna de mesa en Estados Unidos, Polonia y Rusia.

A través de este convenio, la entidad dependiente de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo y la interprofesional del sector, colaboran para realizar actividades de promoción en tres mercados estratégicos para el sector de la aceituna de mesa: Estados Unidos, Rusia y Polonia. La inversión total en estos países asciende a la cantidad de 400.000 euros, destinándose un 50% para Estados Unidos y un 25% para cada uno de los mercados restantes.

Esta colaboración con Extenda, a la que se sumarán otras entidades, va a posibilitar la puesta en marcha de la primera campaña de promoción genérica de la aceituna de mesa de España en EE.UU. entre el sector público y el privado. El país norteamericano es el primer destino de las exportaciones nacionales y andaluzas de aceitunas, con unas cifras de ventas desde nuestra comunidad que en 2012 alcanzaron los 143,4 millones de euros y un 29,8% del total mundial.

Por séptimo año consecutivo, Extenda colabora con Interaceituna para la promoción internacional de las aceitunas de mesa, y el convenio hoy firmado consolida las campañas que se vienen realizando en Polonia y Rusia, países en los se ha invertido más de 3 millones de euros desde 2007.

Además, el pasado año Extenda junto a Interaceituna realizó una campaña en Republica Checa, Eslovaquia y Hungría, con promociones en más de 20 supermercados y acciones de comunicación online y offline con más de 40 millones de impactos.

También se ha llevado a cabo una promoción de la aceituna de mesa en Polonia desde 2007, con acciones como la creación de una página web, misiones comerciales o activación de redes sociales, que continuará en 2013. Las acciones de 2013 están cofinanciada con fondos procedentes de la Unión Europea, con cargo al Programa Operativo FEDER de Andalucía 2007-2013

### Líderes mundiales

Las exportaciones de aceituna de mesa andaluzas en 2012 han sido de 481,3 millones de euros, un 6,3% más que en 2011, multiplicando por 100 las exportaciones a las importaciones. Por ello, Andalucía es la primera comunidad en exportaciones de aceituna de mesa con el 75% de las ventas nacionales.

Tras Estados Unidos, el segundo mercado de la comunidad es Italia, seguido de Alemania, Rusia y Arabia Saudita. Por provincias, destaca Sevilla con el 76,3% del total y 367,1 millones de euros, seguida de Córdoba y Málaga. Además, en 2012 el número de empresas exportadoras fue de 166, un 14,4% más que en 2011.

## **Campaña 2013**

En Estados Unidos, se llevarán a cabo acciones de comunicación con prescriptores de opinión por todo el país, pero, sobre todo, en las principales zonas de consumo como Nueva York, Chicago o Atlanta entre otras. En este país Andalucía acaparó un tercio (32,8%) de todas las ventas agroalimentarias españolas en 2012, y es su primer destino no comunitario y séptimo del mundo, con más de 300 millones de euros al año, una cifra histórica con las ventas de aceite de oliva.

En Rusia también se realizarán actividades y se potenciará la presencia online con la página web [www.olivesfromspain.ru](http://www.olivesfromspain.ru), y en Polonia se continuarán las acciones de la campaña que se realizan desde 2007.

Extenda apoya a la aceituna de mesa a través de sus acciones con el sector agroalimentario desde sus inicios, y sólo desde el año 2011 un total de 37 empresas andaluzas del sector participaron en actividades de promoción.

Estas campañas de promoción tienen como objetivo consolidar la imagen de la marca 'Olives from Spain' en estos mercados, así como posicionar la aceituna de mesa como alimento esencial de la Dieta Mediterránea. Para ello, durante el año 2013 se desarrollará un ambicioso programa de actividades entre las que destacan eventos de relaciones públicas, shows gastronómicos, talleres culinarios, asistencia a ferias gastronómicas internacionales y acciones online.

Extenda