

Extenda e Interaceituna unen esfuerzos para promocionar las aceitunas de España en el mundo



Noticias

El acuerdo contempla tres mercados estratégicos para el sector: EE.UU., Polonia, Rusia, bajo la marca 'Olives from Spain'

El secretario general de Economía y presidente de **Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior**, Gaspar Llanes, presidió hoy la firma de un convenio de colaboración rubricado por el presidente de la Interprofesional de la Aceituna de Mesa (Interaceituna), Ricardo Serra, y la consejera delegada de Extenda, Vanessa Bernad. Un acuerdo que permite el desarrollo de campañas de promoción de la aceituna de mesa andaluza y española en tres mercados estratégicos para el sector: EE.UU., Polonia, Rusia, bajo la marca 'Olives from Spain'.

La inversión contemplada para estos países asciende a 400.000 euros, destinándose un 50% para Estados Unidos, primer mercado mundial, y un 25% para cada uno de los otros dos. La parte correspondiente a Extenda supone el 56,6% del presupuesto, mientras que Interaceituna aporta el 43,4% restante, estando esta acción cofinanciada en un 80% con fondos procedentes de la Unión Europea, con cargo al Programa Operativo FEDER de Andalucía 2007-2013.

Andalucía es líder mundial en exportaciones de aceituna de mesa, con 538 millones de euros en ventas en 2014. Con un crecimiento en el último año del 12%, supone tres de cada cuatro aceitunas que España, primer país productor y exportador, vende en todo el mundo.

Esta colaboración con Extenda, entidad dependiente de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, va a permitir consolidar los esfuerzos de promoción realizados en años anteriores. Tiene especial importancia la continuidad de la campaña de promoción iniciada en 2013 en el principal país de destino de las exportaciones españolas de aceitunas de mesa, Estados Unidos, que absorbe una de cada tres aceitunas que Andalucía vende en todo el mundo.

Las distintas campañas de promoción que se ejecutarán por medio de esta colaboración entre Extenda e Interaceituna tienen como objetivo consolidar la imagen de la marca 'Olives from Spain' en estos mercados internacionales, así como posicionar la aceituna de mesa como alimento esencial de la Dieta Mediterránea. Durante el año 2015, se desarrollará un completo programa de actividades que abarcará eventos de relaciones públicas, shows gastronómicos, talleres culinarios, asistencia a ferias gastronómicas internacionales y acciones online.

Aceituna de mesa andaluza

La promoción internacional de la aceituna de mesa constituye una prioridad dentro de la programación anual de Extenda, ya que es un sector estratégico para Andalucía, con unas exportaciones que en 2014 alcanzaron los 538 millones de euros, lo que supone el 75,3% del total español y un crecimiento del 11,4% sobre 2013

La aceituna de mesa aportó en 2014 un saldo positivo a la balanza comercial andaluza de 515 millones de euros, ya que las exportaciones multiplican por más de 23 a las importaciones. Se trata de uno de los principales productos agroalimentarios andaluces exportados, con un 2% del total de las ventas de la comunidad al exterior y el 6,5% de las agroalimentarias.

Por provincias, lidera las ventas Sevilla, con 402 millones (75% del total) y un alza del 13% con

respecto a 2013; seguida de Córdoba, con el 20% del total (107 millones), que casi duplica las ventas sobre el año anterior (+82%), y Málaga, con el 4,5% del total (24 millones), que ha crecido un 24% en ventas en los últimos cinco años, aunque en 2014 baja un 7,8%.

Aunque con cifras menores, las otras cinco provincias también contribuyen a la exportación e aceituna de mesa andaluza en 2014, con 2,7 millones de euros en Huelva; 1,6 millones en Almería; 750.000 euros en Granada; 723.000 euros en Cádiz y 10.000 euros en Jaén.

Una de cada tres, a Estados Unidos

Por mercados, lidera las ventas de Andalucía Estados Unidos, con 164 millones, que supone el 31% del total y presenta un crecimiento del 13,6%. Le sigue Italia, con 56 millones (10,4%) y un crecimiento del 23,3%; Arabia Saudita, con 30,5 millones (5,7%), que arroja un crecimiento del 5,2% en 2013 y del 75% en los últimos cinco años, y Alemania, que baja levemente, un 1,7%, con 30,4 millones (5,6%).

Brasil es ya el quinto mercado para la aceituna de mesa andaluzas y uno de los mercados de mayor crecimiento en los últimos años. Los 27 millones exportados en 2014, que representan el 5% de las ventas a todo el mundo, suponen triplicar las ventas alcanzadas en 2011 y multiplicar por 33 las realizadas hace sólo cinco años. En similar escala representativa se sitúa Reino Unido y Francia, con 26,6 millones cada uno.

Rusia, octavo mercado, con 24,2 millones, que suponen el 4,5% de las ventas, y Polonia, undécimo destino, con 8 millones, que suponen el 1,5%, son los otros dos países en los que se realizarán campañas de promoción a través del acuerdo rubricado hoy entre Extenda e Interaceituna.

Empresas exportadoras

El liderazgo mundial de Andalucía en aceitunas de mesa está sustentado en la actividad de las 80 empresas exportadoras regulares que existen en la comunidad, un número que se mantiene constante en los últimos cinco años. Entre ellas acaparan el 84% del total del valor de las exportaciones andaluzas de este producto, y suponen el 48% del total del total vendido por las 168 compañías del sector que exportaron en el último año.

Interaceituna es la Organización Interprofesional de Aceitunas de Mesa que agrupa a las organizaciones representativas del sector: ASAJA, ASEMESA, GOAG, Cooperativas Agroalimentarias de España y UPA.

- See more at:

http://www.extenda.es/web/opencms/extenda/noticias/noticia_1304.html#sthash.40PpGtGG.dpuf

El secretario general de Economía y presidente de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, Gaspar Llanes, presidió la firma de un convenio de colaboración rubricado por el presidente de la **Interprofesional de la Aceituna de Mesa (Interaceituna)**, Ricardo Serra, y la consejera delegada de Extenda, Vanessa Bernad. Un acuerdo que permite el desarrollo de campañas de promoción de la aceituna de mesa andaluza y española en tres mercados estratégicos para el sector: EE.UU., Polonia, Rusia, bajo la marca 'Olives from Spain'.

La inversión contemplada para estos países asciende a 400.000 euros, destinándose un 50% para Estados Unidos, primer mercado mundial, y un 25% para cada uno de los otros dos. La parte correspondiente a Extenda supone el 56,6% del presupuesto, mientras que Interaceituna aporta el 43,4% restante, estando esta acción cofinanciada en un 80% con fondos procedentes de la Unión Europea, con cargo al Programa Operativo FEDER de Andalucía 2007-2013.

Andalucía es líder mundial en exportaciones de aceituna de mesa, con 538 millones de euros en ventas en 2014. Con un crecimiento en el último año del 12%, supone tres de cada cuatro aceitunas que España, primer país productor y exportador, vende en todo el mundo.

Esta colaboración con Extenda, entidad dependiente de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo, va a permitir consolidar los esfuerzos de promoción realizados en años anteriores.

Tiene especial importancia la continuidad de la campaña de promoción iniciada en 2013 en el principal país de destino de las exportaciones españolas de aceitunas de mesa, Estados Unidos, que absorbe una de cada tres aceitunas que Andalucía vende en todo el mundo.

Las distintas campañas de promoción que se ejecutarán por medio de esta colaboración entre Extenda e Interaceituna tienen como objetivo consolidar la imagen de la marca 'Olives from Spain' en estos mercados internacionales, así como posicionar la aceituna de mesa como alimento esencial de la Dieta Mediterránea. Durante el año 2015, se desarrollará un completo programa de actividades que abarcará eventos de relaciones públicas, shows gastronómicos, talleres culinarios, asistencia a ferias gastronómicas internacionales y acciones online.

Aceituna de mesa andaluza

La promoción internacional de la aceituna de mesa constituye una prioridad dentro de la programación anual de Extenda, ya que es un sector estratégico para Andalucía, con unas exportaciones que en 2014 alcanzaron los 538 millones de euros, lo que supone el 75,3% del total español y un crecimiento del 11,4% sobre 2013

La aceituna de mesa aportó en 2014 un saldo positivo a la balanza comercial andaluza de 515 millones de euros, ya que las exportaciones multiplican por más de 23 a las importaciones. Se trata de uno de los principales productos agroalimentarios andaluces exportados, con un 2% del total de las ventas de la comunidad al exterior y el 6,5% de las agroalimentarias.

Por provincias, lidera las ventas Sevilla, con 402 millones (75% del total) y un alza del 13% con respecto a 2013; seguida de Córdoba, con el 20% del total (107 millones), que casi duplica las ventas sobre el año anterior (+82%), y Málaga, con el 4,5% del total (24 millones), que ha crecido un 24% en ventas en los últimos cinco años, aunque en 2014 baja un 7,8%.

Aunque con cifras menores, las otras cinco provincias también contribuyen a la exportación e aceituna de mesa andaluza en 2014, con 2,7 millones de euros en Huelva; 1,6 millones en Almería; 750.000 euros en Granada; 723.000 euros en Cádiz y 10.000 euros en Jaén.

Una de cada tres, a Estados Unidos

Por mercados, lidera las ventas de Andalucía Estados Unidos, con 164 millones, que supone el 31% del total y presenta un crecimiento del 13,6%. Le sigue Italia, con 56 millones (10,4%) y un crecimiento del 23,3%; Arabia Saudita, con 30,5 millones (5,7%), que arroja un crecimiento del 5,2% en 2013 y del 75% en los últimos cinco años, y Alemania, que baja levemente, un 1,7%, con 30,4 millones (5,6%).

Brasil es ya el quinto mercado para la aceituna de mesa andaluzas y uno de los mercados de mayor crecimiento en los últimos años. Los 27 millones exportados en 2014, que representan el 5% de las ventas a todo el mundo, suponen triplicar las ventas alcanzadas en 2011 y multiplicar por 33 las realizadas hace sólo cinco años. En similar escala representativa se sitúa Reino Unido y Francia, con 26,6 millones cada uno.

Rusia, octavo mercado, con 24,2 millones, que suponen el 4,5% de las ventas, y Polonia, undécimo destino, con 8 millones, que suponen el 1,5%, son los otros dos países en los que se realizarán campañas de promoción a través del acuerdo rubricado hoy entre Extenda e Interaceituna.

Empresas exportadoras

El liderazgo mundial de Andalucía en aceitunas de mesa está sustentado en la actividad de las 80 empresas exportadoras regulares que existen en la comunidad, un número que se mantiene constante en los últimos cinco años. Entre ellas acaparan el 84% del total del valor de las exportaciones andaluzas de este producto, y suponen el 48% del total del total vendido por las 168 compañías del sector que exportaron en el último año.

Interaceituna es la Organización Interprofesional de Aceitunas de Mesa que agrupa a las

organizaciones representativas del sector: ASAJA, ASEMESA, GOAG, Cooperativas Agroalimentarias de España y UPA.

Extenda