Extenda e Interaceituna trabajan para conquistar los paladares indios

Noticias
Extenda e INTERACEITUNA desarrollarán de manera independiente, pero coordinada, actividades de promoción por un valor próximo a los 200.000 euros en el mercado indio

El sector de la aceituna de mesa, a través de su Interprofesional (**INTERACEITUNA**) y **Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior**, realizará en 2015 diversas acciones de manera complementaria para reforzar la presencia de la aceituna de mesa española en la India.

Para ello, Extenda e INTERACEITUNA desarrollarán de manera independiente, pero coordinada, actividades de promoción por un valor próximo a los 200.000 euros en el mercado indio durante este año. Entre estas actividades se encuentran promociones en supermercados con degustaciones o inserciones publicitarias, entre otras.

Asimismo, y a través de la campaña “Olives from Spain”, Extenda e INTERACEITUNA conjuntamente tienen marcados como países prioritarios para el desarrollo de sus campañas de promoción mercados ya consolidados para el sector tales como Estados Unidos, Polonia o Rusia.

Las campañas de promoción de “Olives from Spain” tienen como objetivo crear en la mente de los consumidores indios una asociación directa entre el producto, aceitunas, y su lugar de origen, España.

India

De manera complementaria, también se está apostando por otros mercados con un gran potencial de crecimiento a medio plazo, como es el caso de India, país en el que habitan más de 1.000 millones de personas. A pesar de que a día de hoy la aceituna de mesa no es un alimento habitual de su dieta, el producto encaja perfectamente en su gastronomía.

Este hecho se une a la tendencia creciente de adquirir productos de importación provenientes de países que, como España, son un referente en alimentación. Además, el alto valor nutricional de la aceituna de mesa unido a su versatilidad en la cocina, convierte el producto en un alimento fácil de incorporar a todo tipo de platos.

Tras el éxito de la primera campaña de promoción que tuvo lugar en 2014, ambas instituciones continuarán en 2015 con sus acciones de promoción que se ejecutan independientemente pero de manera coordinada. Las actividades que se desarrollarán durante este año serán principalmente: acciones de promoción en supermercados con degustaciones, inserciones publicitarias en las principales revistas del país y actividades digitales, entre otras.

El objetivo final de este ambicioso plan de acciones no es otro que consolidar la marca “Olives From Spain” y crear una asociación directa en la mente de los consumidores entre el producto “aceituna”, y el país “España”, líder mundial en producción y exportación de aceituna de mesa.

Exportaciones andaluzas de aceituna de mesa: India

Según los datos de Extenda, las exportaciones de aceituna de mesa andaluzas en el año 2014 han

sido de 537,7 millones de euros, un 12% más que en 2013. Por ello Andalucía es la primera comunidad en exportaciones de aceituna con el 75,3% de las ventas nacionales en 2014 por encima de la Comunidad Valencia (7,6%).

Por mercados, lidera las ventas Estados Unidos, con 164 millones de euros y un alza del 13,6% con respecto a 2013; seguido de Italia (55,8 millones) y Arabia Saudita, con 30,5 millones. En cuanto a la India es el mercado número 23 con 2 millones de euros en ventas por parte de Andalucía en 2014 un 36% más que en 2013, con el 86,7% de las ventas españolas al país. Un total de doce empresas de la comunidad fueron las protagonistas de dichas exportaciones al mercado indio.

Extenda