

La D.O.Estepa pone en marcha el plan 80.000 personas, 80.000 prescriptores

Noticias

Pretende concienciar a las diferentes localidades amparadas por la entidad de que cuentan con uno de los mejores aceites de oliva vírgenes extra en su territorio.

La Denominación de Origen Estepa ha puesto en marcha el plan 80.000 personas, 80.000 prescriptores, que pretende concienciar a las diferentes localidades amparadas por la entidad de que cuentan con uno de los mejores aceites de oliva vírgenes extra en su territorio.

La D.O.Estepa, consciente de que necesita afianzar el conocimiento de sus aceites entre la población de su propio territorio, ha decidido poner en marcha este plan que llevará la cultura del aceite a un número aproximado de 80.000 personas para que puedan convertirse en los principales embajadores del aceite de oliva virgen extra de la comarca de Estepa y Puente Genil.

El plan se ha puesto en marcha a través de una serie de charlas en diferentes cursos de cocina del territorio, donde se explica a los presentes los diferentes tipos de aceite que existen en el mercado y cuáles son las diferencias que existen entre éstos y el aceite de oliva virgen extra de la Denominación de Origen Estepa.

Esta iniciativa contará además con apoyo de los medios de comunicación locales y de otras herramientas de marketing que permitirán llegar a los diferentes públicos que podemos encontrar en el territorio amparado por la D.O.Estepa. Responsables del hogar, escolares, profesionales de la gastronomía y otros consumidores tendrán a su disposición la cultura del aceite para entender porqué los vírgenes extra de su tierra están entre los mejores del mundo.

Además de poner este plan en marcha, la Denominación de Origen Estepa no descuidará el público externo, como se pudo comprobar en la visita de un grupo de estudiantes franceses y sevillanos que acudieron a la cooperativa de San José de Lora de Estepa para conocer de primera mano el proceso de fabricación de uno de los mejores vírgenes extra del mundo.

Redacción