

De Callao a Shibuya, pasando por Times Square: los aceites de oliva europeos exhiben todo su potencial

La campaña de promoción Olive Oil World Tour se despide a lo grande estas Navidades, con acciones espectaculares en Madrid, Nueva York, Tokio o Miami

Estas acciones sirven de broche de oro a una iniciativa global de promoción lanzada en 2018 con el apoyo de la Unión Europea y destinada a conquistar a millones de nuevos consumidores en Europa, América y Asia

En España, la campaña Olive Oil World Tour se puede ver en algunas localizaciones emblemáticas de Madrid, como los cines Callao y Capitol o la red de Metro, así como en 28 centros comerciales

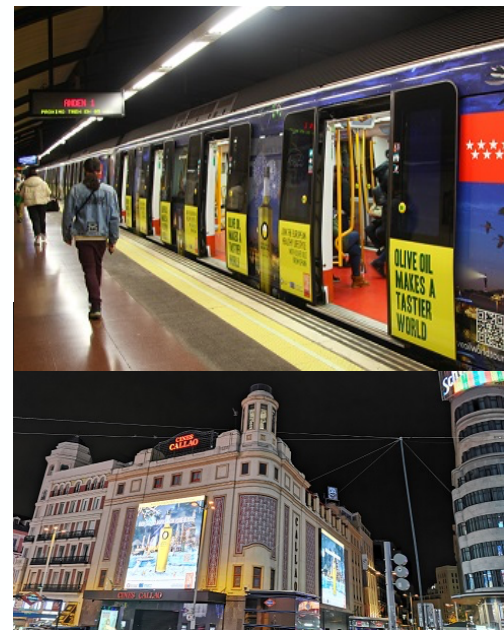
En EE.UU., los míticos taxis de Nueva York muestran ya los mensajes de campaña a millones de potenciales consumidores. De igual forma, siete pantallas gigantes desplegadas en el "American Eagle" de Times Square proyectan la imagen de este saludable alimento mediterráneo. En Miami, se han vinilado barcos y los famosos coches de alquiler conocidos como "U-Ride"

En Tokio, las creatividades de campaña ocupan 5 pantallas gigantes del cruce de Shibuya, así como las terminales más concurridas de los aeropuertos de Hong-Kong, Pekín, Bangkok, Singapur o Macao

Diciembre de 2020.- Nuestros Aceites de Oliva serán protagonistas de excepción en varias ciudades del mundo estas **Navidades**, gracias a las acciones divulgativas programadas por **Aceites de Oliva de España** para cerrar por todo lo alto su campaña más ambiciosa, la **Olive Oil World Tour**, iniciada en 2018 con apoyo de la Unión Europea, para impulsar el conocimiento del producto y su comercialización en Europa, EEUU y Asia.

De esta forma, por lo que respecta a nuestro país, se han vinilado **vagones** de la línea 6 (circular) del **Metro de Madrid**, una de las de mayor tráfico de pasajeros de la capital de España, promocionando los Aceites de Oliva. En 2019 registró más de 111 millones de pasajeros. Además, la campaña está presente en las espectaculares pantallas de los emblemáticos cines madrileños **Callao y Capitol**, junto a la Gran Vía madrileña, una de las zonas más concurridas de la ciudad en Navidades.

Al mismo tiempo, **unos 28 centros comerciales** de la Comunidad de Madrid exhiben este mes de diciembre, coincidiendo con la época en la



que se disparan las compras, pantallas para divulgar las excelencias de los Aceites de Oliva, entre ellos **La Gavia, Parquesur, La Vaguada o Plenilunio**. Eso no significa que se hayan abandonado los grandes centros de distribución de pasajeros en Europa. Así, en las próximas semanas, los circuitos de publicidad de los aeropuertos de Heathrow (Londres), Bruselas, Palma de Mallorca, Ibiza, Ámsterdam y Málaga, acogen las creatividades de la campaña, al igual que las estaciones de ferrocarril de Bruselas, Berlín y Frankfurt. **Y, al otro lado del Atlántico, mucho más...** En Nueva York, siete pantallas gigantes desplegadas en el edificio de



“American Eagle” de Times Square proyectan la imagen de los Aceites de Oliva ante millones de personas hasta el 27 de diciembre mientras **que los míticos taxis amarillos de la Gran Manzana** (140 en total) difunden hasta el 10 de enero, con llamativos reclamos, los valores del saludable ingrediente entre los neoyorquinos.



En **Miami** se ha recurrido a barcos itinerantes que surcan playas y canales para promocionar el ingrediente estrella de la Dieta Mediterránea, que también está presente en la carrocería de los conocidos coches eléctricos de alquiler conocidos como “**U-Ride**”. Sin olvidar tampoco los circuitos de publicidad en los aeropuertos de Chicago, Miami, JFK en Nueva York y Los Ángeles. Asimismo, las creatividades también están presentes en la estación de ferrocarril de Los Ángeles y el Oculus de Nueva York. Y en la otra punta del mundo, aún más...

También la campaña destinada a Asia aprovecha estas fechas para dar un último empujón a las acciones promocionales. En Japón, se ha elegido el cruce de Shibuya, uno de los lugares más concurridos del mundo, para proyectar los mensajes de campaña en sus cinco pantallas gigantes. En China, nuestra publicidad se puede contemplar en más de 200 pantallas de los aeropuertos de Pekín, Shanghái y Hong-Kong y las terminales de jet privados de Macao, Bangkok y Singapur.

Todas estas acciones coinciden además con un momento en el que los consumidores están buscando sus regalos de Navidad. El aceite de oliva virgen extra se postula como el regalo perfecto, nutritivo, delicioso y con el plus de cuidar la salud.

Tres años de un programa “histórico” para el sector

La iniciativa “**Join the European healthy lifestyle with Olive Oils from Spain. Olive Oil Makes a Tastier World**” (2018-2021), cofinanciada por la UE, se puso en marcha a principios de 2018 y ha impulsado actividades de divulgación en mercados estratégicos para el sector tanto de Europa (España, Alemania, Reino Unido, Bélgica y Países Bajos), como de EEUU y de Asia (China, Japón y Taiwán). Así, el Olive Oil World Tour se ha desarrollado en ciudades como **Londres, Frankfurt, Bruselas, Ámsterdam, Madrid, Nueva York, Miami, Tokio, Chicago, Shanghái, Los Ángeles, San Francisco, Taipéi...**

La Interprofesional del Aceite de Oliva Español es una organización sin ánimo de lucro, formada a su vez por todas las entidades representativas del sector del aceite de oliva español.

JOIN THE EUROPEAN HEALTHY LIFESTYLE WITH OLIVE OILS FROM SPAIN
OLIVE OIL MAKES A TASTIER WORLD



A través de su marca de promoción, Aceites de Oliva de España, lleva más de una década desarrollando campañas para acercar el producto a consumidores de todo el mundo.

www.oliveoilworldtour.eu

<https://www.instagram.com/oliveoilworldtoureu/>

<https://www.facebook.com/OliveOilWorldTourEU/>

JOIN THE EUROPEAN HEALTHY LIFESTYLE WITH OLIVE OILS FROM SPAIN
OLIVE OIL MAKES A TASTIER WORLD