

Campaña nacional de promoción de Aceite de Oliva Virgen «el elixir de la vida»

SALVADOR CUBERO NAVARRO

Diputación de Córdoba. Ingeniero Agrónomo

ELOÍSA FERNÁNDEZ OCAÑA

Diputación de Jaén. Ingeniero Agrónomo

JOSÉ M^a PENCO VALENZUELA

AEMO. Ingeniero Agrónomo

RESUMEN

La Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) se compone de 92 Ayuntamientos y 11 Diputaciones del territorio español, todos ellos con un factor en común: el olivo, la aceituna y su aceite como ejes fundamentales de sus economías y, ante todo, como signo de identidad sus territorios.

AEMO, nacida en 1.994, ha desarrollado a lo largo de su andadura diversas acciones en sus municipios enmarcadas en tres líneas de trabajo: Formación, Investigación y desarrollo y Promoción.

En la actualidad AEMO ha diseñado una particular campaña de promoción del aceite de oliva virgen en sus territorios. La novedad reside en que se han estratificado las acciones en función de la edad del público al que va dirigido. Así en la infancia se pretende difundir un juego de preguntas y respuestas sobre el cultivo, el aceite y sus propiedades. En la juventud se hará llegar a este colectivo un pack de distintas variedades de aceite y se explicará como se cata y qué cualidades tiene cada una de ellas. Y en la tercera edad se entregará un libretto donde los especialistas explicarán las virtudes del aceite de oliva en la salud. La campaña se llamará el «Elixir de la Vida» y se llevará a cabo durante 2006.

ABSTRACT

The Spanish Association of Olive Municipalities is composed of 92 village councils and 11 provincial authorities of the Spanish territory, all of them with a common factor: the olive tree, the olive, the olive oil all of which form a fundamental axis of its economy and more importantly a symbol of identity of each territory. AEMO, created in 1994, has dedicated itself during its existence in three lines of work: Education, Research & Development and promotion. Specially, AEMO designed a promotional campaign of virgin olive oil in the territories under its authority. The key point of this campaign is that it is strategically layered to target at specific age groups. For example, for the children of school age, a table game has been designed with questions and answers about the olive tree, the olive oil and its properties. In the adult group, a package of 4 samples of the varieties of olive oil, will be given to them along with a book containing instructions on how to sample each variety, and explanations on the quality on each variety. Finally the third age group will receive a booklet with advices about the benefit olive oil can have on their health. The campaign will be named «Elixir of life» and it take be placed during 2006.

1. INTRODUCCIÓN

La Asociación Española de Municipios del Olivo va a emprender una campaña nacional de promoción del aceite de oliva virgen.

El título de la campaña será «El Elixir de la Vida» y con ella se pretende llegar a los diferentes colectivos por lo que se ha dirigido a tres estratos de edad: infancia, juventud y tercera edad.

2. AEMO Y LA CULTURA DEL OLIVO

La asociación tiene como fin fundamental constituir desde la Administración Local una plataforma de conocimiento, promoción y revalorización de la CULTURA DEL OLIVO como eje central y elemento que articule e imprima personalidad propia a determinadas comunidades: caracterizando su economía, paisaje, urbanismo, ambiente, cultura mercado laboral, historia, etc...

Los inicios de AEMO (Asociación Española de Municipios del Olivo) se sitúan en el mes de octubre de 1996, en Baeza (Jaén) donde se declaró formalmente la voluntad de constituir dicha asociación en base a la disposición adicional quinta de la Ley 11/1985 de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local.

Aquel encuentro determinó realizar una asamblea constituyente en Olvera (Cádiz), donde el 13 de octubre de 1996 se procedió a constituir AEMO, acto que fue refrendado por 36 Ayuntamientos y 4 Diputaciones Provinciales.

Actualmente la Asociación la forman noventa y un municipios y once diputaciones. Al día de hoy AEMO está consolidada como una sectorial capaz de gestionar y ejecutar programas europeos de distinta índole. Entre ellos se han desarrollado programas ADAPT, INTEGRA; YOUTHSTAR, LIFE; EQUAL e INTERREG.

3. OBJETIVOS DE AEMO

Promover y colaborar en las acciones concretas, que tengan por finalidad el desarrollo y la diversificación económica de las comunidades de los socios.

Impulsar y facilitar desde las instituciones y administraciones públicas, en todos sus niveles, las adaptaciones e iniciativas que sean necesarias para incrementar la competitividad de la industria del olivar con

todos sus aprovechamientos y que permitan mantener y elevar el nivel de bienestar económico y social de las comunidades miembros.

Estimular las relaciones y los intercambios entre los diferentes municipios socios, en aquellos ámbitos de interés coincidente y entre éstas y otras instituciones y empresas, especialmente las relacionadas con la producción y comercialización de todos los aprovechamientos posibles del olivar.

Fomentar todas las actividades de intercambio científico, tecnológico, económico, cultural y social, entre los municipios socios, reforzando en particular las relaciones concretas entre las universidades, los centros de enseñanza superior y los laboratorios de investigación.

Definir y proyectar nuevas estrategias, especialmente en los ámbitos de la formación profesional, mercado laboral, industrial, urbanístico, cultural y medioambiental.

Llevar a cabo estudios preparatorios para el lanzamiento de iniciativas comunitarias a favor de las colectividades fuertemente relacionadas con el olivar, a fin de favorecer el relanzamiento de las economías regionales y proceder periódicamente a la celebración de reuniones generales de las comunidades territoriales europeas con predominio olivarero.

Cualquier otra actividad que pueda derivarse y pueda resultar conexas con las anteriores, así como todas aquellas que pueda acordar la Asamblea General de la Asociación, cuando no exista contradicción con el espíritu y finalidad de la misma.

4. CONTEXTO DE LA CAMPAÑA

Los municipios de AEMO, conscientes de estar unidos por características similares, se proponen aportar intereses y esfuerzos con el fin de disponer de un espacio e instrumentos de reflexión y de análisis estratégicos que ayuden a consolidar la economía de sus habitantes. El sector del aceite constituye un elemento fundamental dentro de la economía española, con producciones de alta calidad y con una repercusión muy importante en el empleo y en el producto interior bruto.

Según informe de la Subdirección General de Industrias, Comercialización y Distribución Agroalimentaria del Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación, en 2004 los españoles gastamos casi 75.000 millones de euros en alimentación, de ellos 1.439 millones se gastaron en aceite de oliva (siendo el 82 % el relativo al consumo en hogares, el 16% en estableci-

mientos de hostelería y restauración y el resto a instituciones). También se ha producido un importante crecimiento del consumo del aceite de oliva virgen, frente al estancamiento del aceite de oliva. Sin embargo, no conviene perder de vista que el aceite de girasol creció su consumo en un seis por ciento, por lo que la Asociación plantea esta campaña que pretende en definitiva realizar acciones de promoción destinadas a fomentar el conocimiento y el consumo del aceite de oliva virgen por todo el país.

Para ello planteamos el proyecto siguiente que se pretende poner en marcha mediante financiación a través de la convocatoria de subvenciones Orden APA /2045/2005, de 16 de junio, por la que se hace pública para el ejercicio 2005, la convocatoria de ayudas para acciones de promoción destinadas a fomentar el conocimiento y el consumo de productos alimentarios.

5. OBJETIVOS DEL PROYECTO

España es el mayor productor mundial de aceite de oliva cifrándose el consumo interno de este producto en 16.5 litros por habitante y año (MAPA, 2.005). Sin embargo el conocimiento, por parte del consumidor español, de los diferentes tipos de aceites de oliva comerciales es deficiente. Según un Estudio ADHOC del MAPA difundido en 2005 el 63% de los españoles no conocen la diferencia entre un aceite de oliva y un aceite de oliva virgen. Este porcentaje se acrecienta en algunas comunidades autónomas y según se analice por estratos de edad.

Los objetivos de la campaña los podemos sintetizar en:

- Promover el conocimiento del aceite de oliva virgen en todas las edades mediante la puesta marcha de acciones en las diferentes zonas productoras de España de manera didáctica y entretenida.
- Fomentar el consumo del aceite de oliva virgen resaltando las características nutricionales y saludables con respecto a otras grasas vegetales y sus beneficios sobre la salud para colectivos específicos.
- Promociones genéricas a los consumidores jóvenes mediante la divulgación de material con información sobre las diferentes variedades de aceituna más importantes de España, resaltando las categorías de los aceites y con nociones básicas sobre cata de aceite.
- Edición de material divulgativo, promocional sobre las cualidades del producto aceite de oliva virgen en todos los aspectos

nutricionales y desde el punto de vista médico sobre la prevención de enfermedades fomentando la cultura del aceite de oliva virgen.

6. MATERIAL Y METODOLOGÍA

- **En la infancia: «CONOCE EL ACEITE JUGANDO».**

Objetivo: Elevar la cultura del olivo y el aceite de oliva virgen entre los escolares.

- **En la juventud: «DISTINGUE LOS TIPOS DE ACEITE Y SUS DIFERENTES USOS CULINARIOS»**

Objetivo: Contribuir al conocimiento de los tipos de aceite de oliva, las distintas variedades de aceituna y los usos gastronómicos asociados a cada aceite virgen. Destinado a los jóvenes y adultos que son los que, en mayor medida, eligen el aceite en los lineales.

- **En la madurez: «CONSUME ACEITE VIRGEN, VIVIRÁS MÁS Y MEJOR»**

Objetivo: Aumentar el conocimiento de las cualidades del aceite de oliva virgen para la salud y cómo su consumo alarga y mejora la calidad de vida. Dirigido a la tercera edad.

La campaña se realizará simultáneamente en el territorio nacional y consistirá en la presentación de la misma, su difusión en los medios de comunicación y en el reparto de material divulgativo diferente entre los tres estratos de edad a los que se dirige:

En la infancia: Se difundirá un juego tipo trivial donde a través de preguntas y respuestas se avance en un tablero hasta llegar a la meta final. Las preguntas versan sobre el cultivo del olivo, variedades principales, elaboración de aceite, cualidades del aceite frente a otras grasas para su uso culinario y ventajas para la salud.

En la juventud: Edición y divulgación de un paquete que contenga un libreto con información de los diferentes aceites de oliva que existen en el mercado, se explicará también nociones básicas de cata. Este pack incluirá, además, cinco muestras de aceite de las variedades más significativas del mercado como son picual, arbequina, cornicabra, hojiblanca y lechín. Estas muestras será monodosis de 60 cm³ de volumen.

En la madurez: Libreto promocional de divulgación de las ventajas del aceite de oliva en la salud que constará de 12 páginas impresas a 4 tintas. Se contará con el equipo del Hospital Reina Sofía de Córdoba para la redacción del contenido de dicho libreto.

La presentación de la campaña se efectuaría simultáneamente en todas las provincias de AEMO, mediante ruedas de prensa de los responsables políticos. Así mismo se publicitaría en medios su lanzamiento.

La divulgación del material se haría en centros escolares, asociaciones de amas de casa, asociaciones de padres de alumnos y centros de la tercera edad.

7. ÁMBITO DE LAS ACCIONES

Las acciones se realizarán en las provincias de Córdoba, Jaén, Cádiz, Alicante, Castellón y Tarragona

8. ACCIONES A REALIZAR

Las acciones concretas a realizar serán las siguientes:

A) Presentación de la campaña: Simultáneamente se presentará la campaña en la Presidencia de AEMO y las 6 provincias donde se realizará la misma. Se hará a cargo de los responsables políticos provinciales.

Se convocará una rueda de prensa y en la misma se difundirá el mensaje principal «Aceite de oliva, elixir de la vida» y las acciones a realizar en los diferentes estratos de edad. Así mismo, y si finalmente es así, se indicará que cuenta con la financiación del Ministerio de Agricultura y Pesca.

B) Edición y difusión del Juego del aceite entre los escolares. Se editarán y reproducirán 6.262 juegos que se repartirán entre escolares a través de los municipios de AEMO con la colaboración de las Delegaciones de Educación de cada provincia.

C) Edición y difusión del Pack de cata de aceites y libreto adjunto, para lo cual se reproducirán 23.670 unidades y se divulgarán a través de Asociaciones de mujeres, Asociaciones de consumidores, los propios ayuntamientos de AEMO, otros medios que permitan hacerlos llegar al estrato al que van dirigidos.

D) Edición y difusión del Libreto «Aceite y Salud», que consistirá en reproducir 28.200 ejemplares y distribuirlos entre los mayores a través de Asociaciones de Mayores, Asilos, Hospitales, etc.

9. CALENDARIO DE EJECUCIÓN

El calendario previsto es el siguiente:

- Reprografía y edición del material gráfico y didáctico a realizar: Septiembre–Octubre de 2006.
- Presentación de la campaña: Octubre de 2006.
- Difusión del material y desarrollo de la campaña: Octubre–Noviembre de 2006.