



## LAS ACEITUNAS DE MESA SE ADAPTAN AL LENGUAJE DE LOS JÓVENES PARA TRANSMITIRLES SUS BENEFICIOS

- Interaceituna pone en marcha una campaña divulgativa con más de 20 millones de impactos
- Un gran reto: apostar por las nuevas vías de comunicación para llegar a los más jóvenes
- Trasladar a los consumidores la realidad sobre la gran desconocida de la Dieta Mediterránea, la aceituna de mesa

Las aceitunas de mesa son un componente esencial de la **Dieta Mediterránea**, encontrándose en el nivel 2 de la pirámide nutricional correspondiente a frutas y vegetales. Por su versatilidad, encajan a la perfección en todo tipo de presentaciones, como ensaladas, pastas, carnes, pescados o salsas. Representan una opción sencilla para ampliar el perfil nutricional de los platos que las incluyen como ingrediente, además de ser una buena elección como aperitivo.

La Organización Interprofesional de la Aceituna de Mesa, **Interaceituna**, ha puesto en marcha una gran campaña informativa a nivel nacional para comunicar los beneficios de las aceitunas de mesa a colectivos estratégicos, como las amas de casas, el público en general y los prescriptores de opinión, haciendo especial hincapié, además, en los consumidores de 16 a 25 años.

### Jóvenes valores

Los **jóvenes** son los futuros consumidores del mañana. Esto implica la necesidad de mostrarles la importancia de incluir las aceitunas en su alimentación diaria, como hábito y costumbre positiva en su día a día. Para llegar con éxito a este colectivo, es requisito indispensable interactuar con ellos utilizando su mismo lenguaje, un código cercano que les traslade los elementos positivos de su consumo.

Esta es la razón por la que Interaceituna ha puesto en marcha una campaña diseñada específicamente para los jóvenes, y para llegar a éstos utilizará los canales a los que están más acostumbrados: **internet** y las principales **redes sociales**.





## Objetivos

En la actualidad existe un **desconocimiento** generalizado sobre este alimento, que además debe soportar falsas creencias como las relativas a su excesivo aporte calórico. Por ello, los objetivos de comunicación de la campaña son:

- Reforzar el posicionamiento de la aceituna como un **alimento con una composición nutricional desconocida por la mayor parte de la población.**
- Llegar a los jóvenes de forma **divertida y amena.**
- **Diversificar** los hábitos de consumo tradicionales, dando a conocer las múltiples recetas que se pueden elaborar con las aceitunas, así como los diferentes momentos del día para tomarlas: aperitivos, fiestas, etc.

Para lograrlos, Interaceituna ejecutará acciones online, participará y organizará eventos gastronómicos y contará con un gabinete de prensa que trasladará todos los mensajes a sus destinatarios.

## Ejes de comunicación

Todas las acciones contempladas en la campaña tendrán como telón de fondo las siete razones que convierten a las aceitunas en el aperitivo perfecto que no debe faltar en nuestra alimentación. Las razones son:

- 1ª RAZÓN: Porque forman parte de la **Dieta Mediterránea.**
- 2ª RAZÓN: Por su gran **variedad.**
- 3ª RAZÓN: Por su **versatilidad.**
- 4ª RAZÓN: Por su carácter típicamente **español.**
- 5ª RAZÓN: Porque **hacen amigos.**
- 6ª RAZÓN: Por su **composición nutricional.**
- 7ª RAZÓN: Porque **te gustan.**

Por todos estos motivos, los expertos coinciden en recomendar **7 aceitunas al día**, siempre dentro de una dieta variada y equilibrada. En una sociedad donde la preocupación por la calidad de los alimentos está cada vez más arraigada, la comunicación de las propiedades de las aceitunas representa una labor divulgativa de alto interés para el bien común.





### Comunicación a medida

La estrella de la acción divulgativa emprendida por Interaceituna es la **webserie "Los Aceitunos"**. Sus seis capítulos servirán para dar a conocer los beneficios de las aceitunas de mesa a través de las vivencias de personajes creados a partir de este producto. Se han previsto **diez millones de impresiones** de estos episodios de un minuto y medio de duración, en los que el humor es la clave para conectar con el público.

La web *losaceitunos.com* convivirá en paralelo a la serie. Será la continuación natural de ésta y el lugar idóneo para mostrar a los jóvenes la cara más moderna y rejuvenecida de las aceitunas de mesa.

Los elementos permanentes conviven con acciones puntuales, que contribuyen a aumentar el tráfico y a viralizar los mensajes de la campaña, en parte gracias a los premios que se ponen en juego.

"Diseña tu Aceituno": aplicación que invita a los jóvenes a crear su propio aceituno, pudiendo compartir su "personaje" a través de las redes sociales (Facebook, Twitter, Tuenti). Además entre ellos podrán generar votaciones para participar en un sorteo.

"Se buscan guionistas": los cibernautas podrán escribir sus propios guiones basados en "Los Aceitunos" y publicarlos a través de Facebook. Una vez divulgados, podrá invitar a sus amigos a que voten por sus guiones. El guión ganador será producido como un capítulo más de la webserie y se emitirá en Internet.

"Aceitucos": La creación de una aplicación con el diseño de 100 "Aceitucos", que funcionan como emoticonos, invitará a los jóvenes a compartirlos en las redes sociales. Habrá una amplia variedad: *frikytuno*, *heavytuno*, *tunobocas*, etc.

"Bus Party": Los usuarios podrán crear su propio grupo de amigos en Facebook, personalizarlo y enviar invitaciones hasta alcanzar los 75 miembros. Una vez logrado, deberán proponer un slogan que fomente el consumo de aceitunas. Los slogans podrán ser votados por el resto de usuarios. Un jurado escogerá al ganador que ganará una noche de fiesta con 75 amigos en un BUS PARTY, recorriendo las discotecas de moda de su ciudad.

"Practica el Acei-tuning": Los jóvenes podrán compartir en la web sus momentos de consumo, recetas, beneficios y experiencias con las aceitunas. Les invitamos a que cuelguen sus fotos y vídeos en nuestro site. Los participantes podrán ganar un viaje a Ibiza con cinco amigos de su elección.





La presencia en los medios online se reforzará con acciones en soportes convencionales, llegando a **180.000 jóvenes** a través de un circuito de manteles en comedores de los campus universitarios, en los que comunicaremos todas nuestras promociones.

También habrá acciones de Relaciones Públicas en las que se buscará el contacto directo con el gran público, como la participación en eventos relacionados con una alimentación equilibrada, **Salón de la Dieta Mediterránea** (del 13 al 16 de octubre) o **Andalucía Sabor** (del 20 al 22 de septiembre), talleres populares, a lo que se sumarán otras actividades dirigidas a los medios como desayunos de trabajo, almuerzos de prensa, etc.

El objetivo, **involucrar** al público, prescriptores y medios de comunicación para que colaboren activamente en la divulgación de un alimento tan español y tan valorado y apreciado a escala internacional.

[www.interaceituna.com](http://www.interaceituna.com)

