

El 85% de las importaciones proceden de nuestro país
México apuesta por las Aceitunas de España

- ✓ Tras Estados Unidos y Canadá, México es el tercer comprador del continente americano de nuestras aceitunas de mesa
- ✓ La Organización Interprofesional de la Aceituna de Mesa promociona allí este producto, con la colaboración del ICEX y Extenda
- ✓ Los grandes chefs de México D.F. integran la aceituna de mesa **en** las cartas de sus restaurantes



(Agosto 2010) Durante más de cinco siglos, América Latina y Europa han estado intercambiando productos alimentarios. Nuestra cocina de hoy no sería posible sin la aportación de las materias primas que llegaron desde allende de los mares. De la misma forma, la gastronomía mexicana se ha enriquecido con aquello que han estado recibiendo desde el viejo continente.

Esta arraigada costumbre ha vivido, con las Aceitunas de Mesa, un nuevo capítulo. España, como primera potencia mundial en producción y elaboración de Aceitunas de Mesa, ha logrado consolidar su posición preferente como proveedor de los consumidores mexicanos. Tras los grandes mercados de América del Norte, como son Estados Unidos y Canadá, la sociedad mexicana es la tercera consumidora de Aceitunas de Mesa **de España** en volumen de producto.

Esta posición predominante ha sido posible tanto por la predisposición cultural positiva de los mexicanos hacia los productos mediterráneos como por los esfuerzos sucesivos que han realizado la Organización Interprofesional de la Aceituna de Mesa, Interaceituna, **ICEX y EXTENDA**, para favorecer la asociación de este producto con nuestro país.

Uno de los restaurantes más conocidos de México D.F., Elago, fue el escenario elegido para la presentación de la V Campaña de la Aceituna de España en México, una iniciativa promovida por Interaceituna gracias al apoyo del Instituto de Comercio Exterior (ICEX) y Extenda (Agencia Andaluza de Promoción Exterior). Dicha presentación contó con la asistencia de personal destacado de la Embajada de España en México, como su Primer Ministro Consejero, Pedro Martínez-Ávila, el Consejero Económico y Comercial, Félix Martínez-Burgos, y la Consejera Comercial, Matilde Climent. También estuvieron el director de EXTENDA, Jeromín Huerta y el **Responsable de Promoción Exterior** de Interaceituna, José Manuel Escrig.

En el desayuno de trabajo, que suscitó la presencia de los medios de comunicación mexicanos más importantes y de los principales importadores del país, se dieron a conocer las iniciativas enmarcadas dentro de esta acción promocional:

- Publicidad exterior
- Publicidad en revistas especializadas en el ámbito de la distribución y de la alimentación Premium
- Cuñas en programas de radio
- Presencia directa en Punto de Venta con materiales informativos desarrollados específicamente para el público mexicano
- **Jornadas Gastronómicas de la Aceituna de Mesa de España, a celebrar durante el mes de agosto en los ocho restaurantes más influyentes de Ciudad de México, donde los cocineros presentarán sus propuestas de cocina mexicana elaboradas con Aceitunas de Mesa**