

Interaceituna destina un millón de euros a su nueva campaña en televisión

- ✓ **La Organización Interprofesional de la Aceituna de Mesa, Interaceituna, comienza una campaña divulgativa en TV para informar sobre los beneficios de este producto**
- ✓ **Con Jordi Cruz como prescriptor, los spots de televisión trasladan, de manera clara y directa, el mensaje principal de la aceituna de mesa: “Están buenísimas, son buenísimas”**
- ✓ **Un millón de euros de presupuesto para lograr 1.415 pases y 850,1 GRP’s, cubriendo todas las televisiones de ámbito nacional**

Uno de los principales objetivos de la Organización Interprofesional de la Aceituna de Mesa, Interaceituna, es la promoción del consumo de aceitunas de mesa en nuestro país. Tanto como elemento del tradicional aperitivo como integrando diversos platos, la aceituna de mesa presenta numerosas propiedades que benefician al consumidor.



Nuestro país es líder absoluto en la producción de aceitunas de mesa, un alimento que llega al consumidor lleno de ácido oleico, de vitaminas, minerales y fibra, pero con sólo 49 calorías por cada siete aceitunas. Estos son los mensajes clave sobre los que se construye la campaña de Interaceituna, una iniciativa que busca la consolidación de fruto del

olivar como principal opción para el aperitivo, sin dejar de lado su potencial como ingrediente de todo tipo de presentaciones gastronómicas.

Para trasladar al consumidor general los beneficios de las Aceitunas de Mesa de nuestro país, se ha generado un presupuesto de un millón de euros para financiar los 1.415 pases de los spots (con versiones de 20 y de 10 segundos), repartidos en las principales cadenas de televisión de ámbito nacional.

Importancia de los niños

La Aceituna de Mesa representa un pilar de la Dieta Mediterránea y un complemento ideal para equilibrar nuestra alimentación. Sus beneficios son de gran interés para todas las franjas de la población. En este sentido, los más pequeños merecen una atención especial. Es muy importante que las nuevas generaciones conserven los hábitos alimentarios saludables de nuestra cultura. Por este motivo, a la hora de trasladar el mensaje de la campaña, “Están buenísimas, son buenísimas”, Interaceituna ha elegido a Jordi Cruz como prescriptor, por la simpatía que despierta entre los numerosos seguidores de sus programas infantiles “Art Attack”.

Ficha Técnica

- Cliente: Interaceituna
- Agencia: Tactics Europe
- Producto: Aceituna de Mesa
- Contacto Cliente: Rocío Vázquez
- Directora Servicio al cliente: Verónica Seguí
- Directora de Cuentas: Irene Gil
- Ejecutiva de Cuentas: Patricia Barrena
- Director Creativo: Daniel Becerra y José Caballero
- Productora: R Figueiredo Films Spain.
- Realizador: Renato Figueiredo
- Producer: Damián Giménez
- Estudio de Sonido: Media Sound
- Piezas: 20” y 2 de 10”
- El actor y prescriptor elegido para la campaña es Jordi Cruz.

ramon.arias@tactics.es
www.interaceituna.com