

La campaña Olive Oil World Tour llega a uno de los lugares más emblemáticos de Estados Unidos, la *Union Station* de Chicago

- La campaña de promoción Olive Oil World Tour emplea la famosa estación de tren para llevar sus mensajes a los cientos de miles de pasajeros que transitan por este punto neurálgico del transporte de Chicago y EEUU
- Se customizarán todos los soportes publicitarios de una de las estaciones más conocidas y cinematográficas del mundo, ofreciendo una experiencia 360 grados impactante
- Una experiencia que se completará con la instalación del Olive Oil Lounge, que invitará a los viajeros a degustar este alimento único y descubrir en una completa oleoteca con los mejores aceites de oliva virgen extra del mundo
- EEUU se ha consolidado como el tercer consumidor mundial de aceites de oliva

(mayo de 2019) Aceites de Oliva de España y la Unión Europea han presentado una de las acciones divulgativas más impactantes de la campaña global “*Olive Oil World Tour. Let's Make a Tastier World*”, que está recorriendo las principales ciudades de Europa, Estados Unidos y Asia. En esta ocasión, se ha customizado completamente la emblemática Union Station de Chicago con la imagen de esta campaña, en formatos espectaculares que pueden ser contemplados por más de 100.000 viajeros al día.

La estación, inaugurada en 1925, es mundialmente conocida por haber albergado en su majestuoso Great Hall numerosos rodajes de cine, en especial la escena cumbre de “*Los intocables de Eliot Ness*”. No sólo es una de las más bellas y majestuosas de Estados Unidos, también es de las más concurridas, ya que centraliza los servicios del corredor centro-oeste y los trenes de la red nacional que prestan servicio en el oeste del país.

La campaña “*Olive Oil World Tour. Olive Oil Makes a Tastier World*” customizará todos los soportes de este maravilloso edificio, ofreciendo a los viajeros inmersión en el producto y una experiencia 360 grados impactante. Más de 180 soportes albergarán la imagen de la campaña, incluidas escaleras, columnas, barandillas, ventanas, ascensores, pasillos, envolviendo paredes enteras de este gran eje de las comunicaciones de Chicago. Mientras tanto, grandes pantallas digitales mostrarán las bondades de los aceites de oliva en andenes, en la popular estación “Clark & Lake” y en la línea de trenes que conectan con el aeropuerto de la también conocida como “ciudad del viento”.

Al mismo tiempo, las instalaciones de la Union Station acogerán un **Olive Oil Lounge**, espacios que se han implantado en los aeropuertos, estaciones de tren y los puertos más transitados de Europa, Asia y EEUU. Se trata de la mejor herramienta para unir la información con una experiencia completa de todos los sentidos, que estará abierto durante todo el mes de mayo. Este espacio cuenta con una oleoteca con los mejores aceites de oliva virgen extra; degustaciones

adaptadas al ritmo de las zonas de tránsito de viajeros; infografías informativas; vídeos de campaña y música con listas de reproducción; una zona específica para los niños; y puntos wifi.

La campaña Olive Oil World Tour, lanzada en mayo de 2018, se ha venido desarrollando bajo un único lema, “**Olive Oil Makes a Tastier World**”, invitando a descubrir a los viajeros las bondades de los Aceites de Oliva, que son emblema de la excelencia europea. EEUU es un destino prioritario de estas acciones dado su creciente importancia como gran consumidor de este ingrediente, vinculado a la saludable Dieta Mediterránea.

De hecho, los aceites de oliva de España encadenan ya cinco años como líderes en EEUU, el tercer consumidor mundial. A lo largo de 2018, España vendió en ese país 114.769, según los datos del Departamento de Comercio de ese país, por un valor total de 428 millones de euros.

Estados Unidos es ya el segundo cliente en el mundo para España tanto en cantidad como en valor. Y es que en 2018 se vendieron en ese país el 11,26% de todos los aceites exportados por España y se hizo a un precio más alto que en otros destinos ya que el valor de los aceites destinado a ese país, supuso el 13,48% de valor total de las ventas españolas en el conjunto del mundo. A su favor juega el hecho de que España figure como el país con mejor calidad de vida según el último índice Bloomberg, recientemente publicado, informe que no hace sino reforzar las evidencias que relacionan la dieta basada en productos mediterráneos como el aceite de oliva -junto a otros factores, como los sistemas de salud o los ambientales- con una mayor esperanza de vida.

Desde la **Interprofesional del Aceite de Oliva Español** recuerdan que el consumo mundial de aceite de oliva presenta grandes oportunidades de crecimiento ya que apenas representa el 1,50 % de la demanda global, muy lejos del 15 % del aceite de colza, el 29 % del de soja o el 35 % del de palma. Y también en EEUU, puesto que su consumo es inferior a un kilogramo por persona (en España, por ejemplo, supera los 10 kilogramos) y está muy concentrado en la costa este y oeste del país, por lo que aún quedan muchos territorios por explorar para este sector.

Sobre Aceites de Oliva de España y el “*Olive Oil World Tour*”

Aceites de Oliva de España es la marca de promoción de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, organización sin ánimo de lucro formada por todas las asociaciones representativas del sector del aceite de oliva español, y que tiene como principal objetivo la divulgación del saludable producto a nivel internacional.

Con la campaña “**Olive Oil World Tour**” como herramienta, se ha propuesto hacer del mundo un lugar con más sabor e insta a los consumidores a unirse al modo de vida europeo (*Join the European Healthy Lifestyle with Olive Oils from Spain*).

www.oliveoilworldtour.eu

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

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