

## La campaña Olive Oil World Tour llega a Miami (EEUU)

# Los Aceites de Oliva desembarcan en la mayor terminal de cruceros del mundo

- La campaña de comunicación de Aceites de Oliva de España, cofinanciada por la Unión Europea, llega a la terminal de cruceros de Miami (Florida), la mayor del mundo, que estará completamente customizada con la imagen del Olive Oil World Tour
- Un “Olive Oil Lounge” aterriza, asimismo, en el aeropuerto de Miami, el tercero con mayor tráfico de EEUU, para divulgar las bondades saludables y gastronómicas del ‘oro líquido’

*Miami (3 de octubre de 2018).*- Aceites de Oliva de España y la Unión Europea invitan a los viajeros que transitan por aeropuertos, estaciones centrales de tren y puertos de cruceros de EEUU a descubrir las bondades de este producto saludable, en el marco de la macro campaña **Olive Oil World Tour**, de tres años de duración. Ahora mismo, y bajo el lema “Let’s Make a Tastier World”, la imagen de la campaña customiza la concurrida terminal de cruceros de la ciudad, en una acción que se extiende a todo el mes de octubre, justo cuando se inicia la temporada alta de este tipo de turismo en el Caribe.

Por las instalaciones de la también conocida como la “**Puerta de las Américas**” pasaron más de 5,3 millones de pasajeros a lo largo del año pasado, cifra que la convierte en la terminal de cruceros más grande del planeta. Una instalación que acoge a viajeros de todo el mundo, que inician allí sus rutas americanas y hacia el Caribe. Miami se ha consolidado como la ciudad más vibrante, internacional, multicultural y “latina” de Florida y la mayor puerta de entrada a América Latina, sin olvidar que se trata de uno de los destinos de vacaciones líderes a nivel global y un espejo para la comunidad hispana.

### Florida, una potencia turística mundial

Florida dará una gran visibilidad a los Aceites de Oliva, especialmente entre un público cosmopolita y viajero. Conviene recordar que este Estado registró en el primer semestre del año 65,5 millones de visitantes, una cifra récord que supone un aumento del 5,9 % respecto del mismo periodo de 2017. Proceden fundamentalmente de EEUU (58 millones) y Canadá (2,3 millones). Ya en 2017, Florida alcanzó un récord con 118,5 millones de visitantes, dos millones más respecto a los cálculos iniciales, siendo Miami uno de sus motores indiscutibles.

Al mismo tiempo, el **aeropuerto de Miami** acoge el **Olive Oil Lounge**, un espacio experiencial para disfrutar de los mejores aceites de oliva, que los pasajeros pueden disfrutar desde el pasado 28 de septiembre y hasta el 25 de octubre. En este emplazamiento, los viajeros pueden disfrutar de los mejores aceites de oliva en una oleoteca. Incluye, asimismo, degustaciones de los mejores aceites de oliva virgen extra del mundo, con más cien marcas expuestas a disposición de los viajeros, zona para niños y área Wi-Fi para que el público pueda viajar virtualmente al mundo del ‘oro líquido’.

Cada año, más de **30 millones de pasajeros transitan por este aeropuerto**, el tercero con mayor tráfico de los Estados Unidos, donde trabajan un centenar de líneas aéreas que gestionan más de 150

destinos a todo el mundo. Es la principal conexión del país con Latinoamérica. Las catas exprés del producto se realizarán al ritmo de las zonas de embarque gracias al “**geofencing**” o “geolocalización”. Esta técnica permite conocer cuándo entra una persona del perímetro de acción del **Olive Oil Lounge**, a la que se envía una notificación para invitarle a vivir toda una experiencia sensorial en torno a los mejores aceites de oliva.

**Teresa Pérez**, gerente de la Interprofesional del Aceite de Oliva español, ha destacado el papel de Miami como altavoz de una campaña que trata de llegar al último rincón del mundo.

“La elección de Miami era incuestionable. Sólo en el primer semestre del año, Florida ha acogido a más de 65 millones de turistas. Y no estamos hablando sólo de estadounidenses, también de canadienses y, por supuesto, de latinoamericanos. Aquí estamos logrando un impacto global que se extiende mucho más allá de la ciudad y de los Estados Unidos. Y por supuesto, no debemos olvidar que los españoles tenemos un vínculo muy especial con este maravilloso lugar”, subrayó Pérez.

### La campaña

Así lo afirmó ayer la gerente de la Organización ayer durante la rueda de prensa de presentación de la campaña de divulgación “**Olive Oil World Tour**”, que recorrerá las principales ciudades de EEUU y que se ha celebrada en el mítico Delano South Beach de Miami. Allí, el chef **Seamus Mullen** realizó una demostración sobre cómo integrar los aceites de oliva en la cocina norteamericana, mientras que el laureado equipo de **Sweet Liberty**, uno de los mejores equipos de bartenders del mundo, fue el encargado de elaborar cócteles con el virgen extra como ingrediente estrella.

Con el evento de este miércoles, se daba el pistoletazo de salida de esta campaña de divulgación que despegó en Europa y aterriza ahora en Miami para difundir las bondades, calidad y versatilidad gastronómica del producto estrella de la Dieta Mediterránea.

### Aceites de Oliva de España

La Interprofesional del Aceite de Oliva Español, una organización sin ánimo de lucro, formada a su vez por todas las entidades representativas del sector del aceite de oliva español. Tiene como principal objetivo la difusión del producto en todo el mundo. A través de su marca de promoción, **Aceites de Oliva de España**, lleva casi una década desarrollando campañas de promoción para acercar el producto a consumidores de todo el globo. Campañas que están trabajando fundamentalmente en la identificación del origen España, como líder indiscutible en calidad y cantidad de aceites de oliva producidos y comercializados.

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

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

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

For any media inquiries please reach out. **In New York:**

Lauren Melamed (Alchemy) 786 8884556 / 305 984 9074

[Lauren@alchemy-agency.com](mailto:Lauren@alchemy-agency.com)

**In Spain:** Ginés Mena (+ 34 649 20 61 85 ) [ginés.mena@tactics.es](mailto:ginés.mena@tactics.es)

Oscar Westermeyer (+34 620 23 32 86) [oscar.westermeyer@tactics.es](mailto:oscar.westermeyer@tactics.es)