

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE



OLIVE OIL

World tour



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA

PAÍSES OBJETIVO



RETO

Consolidación de la **imagen** de los Aceites de Oliva Europeos.

Notoriedad y de **liderazgo MUNDIAL** en producción, comercialización, distribución y **calidad**.

Modelo de producción de éxito tanto en garantías de calidad, seguridad alimentaria, trazabilidad como en aspectos relacionados con el desarrollo del empleo, la dinamización de las zonas rurales y la protección y sostenibilidad del medio ambiente.

Desarrollar acciones que:

- **Incrementen el consumo del producto a nivel mundial.**
- **Ayude a mejorar el conocimiento y el valor del producto en mercados más jóvenes.**
- **Mejoren su posicionamiento en aquellos en los que ya está presente.**



OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Incentivar la compra y consumo de los aceites de oliva europeos, difundiendo sus **bondades** y haciendo que sean percibidos como los de **mayor calidad del mundo**.

Reforzar el *awareness* de “los aceites de oliva europeos”, potenciando las **ventajas** que aportan a sus consumidores, sus **atributos** y sus **distintos usos**.

Imagen de líder mundial

Una Campaña de:
Notoriedad
Cobertura
Cualitativa





S

Específicos

Los objetivos marcados se han cuantificado en cada uno de los casos:

- +7% volumen mercados 2020.
- Invertir tendencia mercado.
- Incrementar importaciones en 19.600 t a final de 2020 en países objetivo no productores.
- +10% nuevos consumidores.
- Incremento lealtad.
- 540.281.677 impactos.
- +10% sensibilización.
- +10% intención de compra.

M

Medibles

Realizaremos un análisis comparativo de la situación pre y post campaña para cada uno de los objetivos de cara a detectar posibles desviaciones, en función de las siguientes variables:

- Toneladas
- Euros
- Consumo per cápita (kg persona/año)

A

Alcanzables

Los objetivos marcados son alcanzables en función de:

- Situación actual del mercado.
- Tendencias previstas.
- Presupuesto del proyecto.
- Tiempo marcado de desarrollo.

R

Resultados

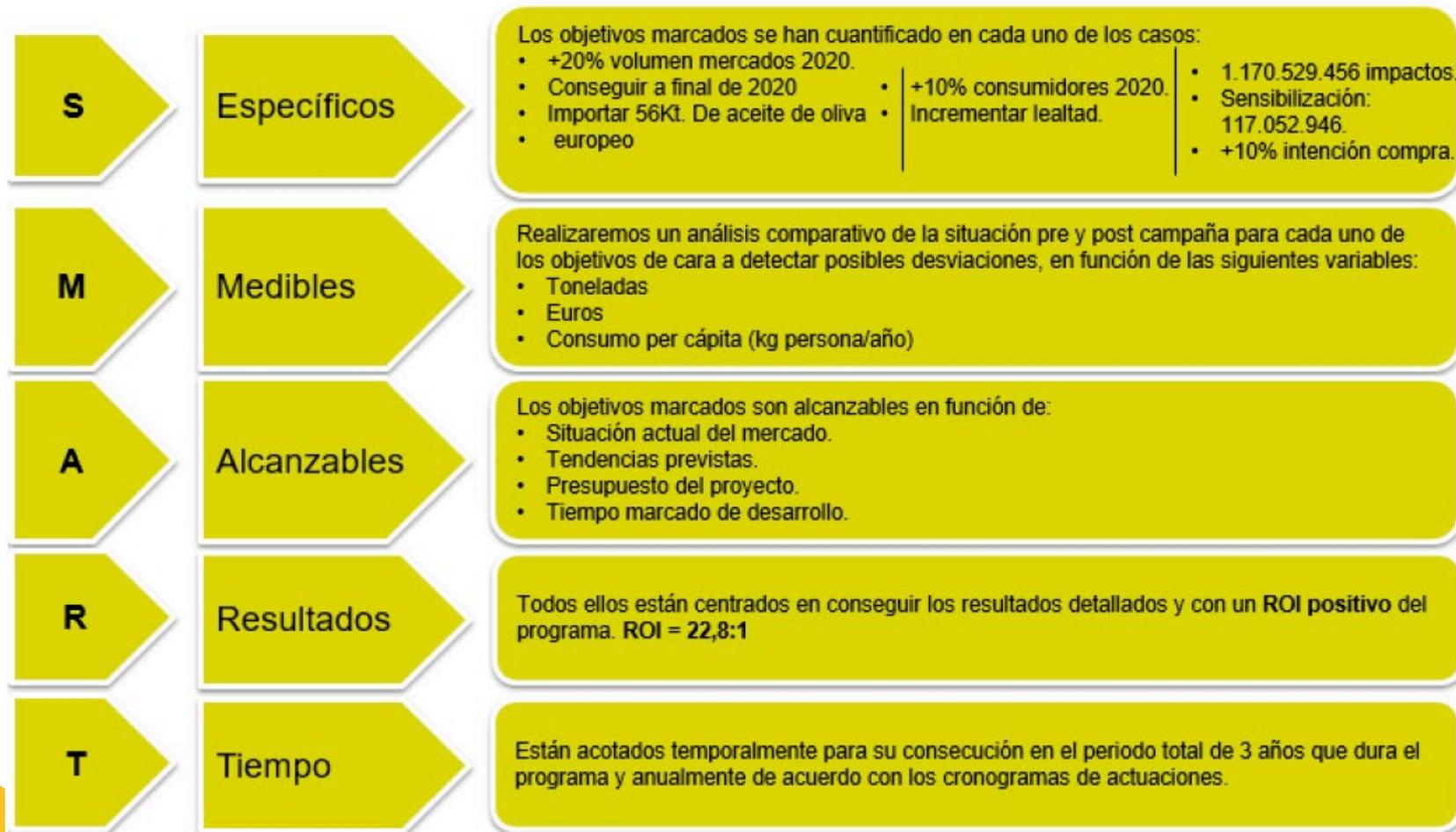
Todos ellos están centrados en conseguir los resultados detallados y con un **ROI positivo** del programa. **ROI = 26,59:1**

T

Tiempo

Están acotados temporalmente para su consecución en el periodo total de 3 años que dura el programa y anualmente de acuerdo con los cronogramas de actuaciones.







S

Específicos

Los objetivos marcados se han cuantificado en cada uno de los casos:

- +20% volumen mercados 2020.
- Incrementar importaciones en 15.000 t a final de 2020.
- +10% consumidores 2020.
- Incrementar lealtad.
- 2.123.434.000 impactos.
- Sensibilización: 198.515.400.
- +10% intención compra.

M

Medibles

Realizaremos un análisis comparativo de la situación pre y post campaña para cada uno de los objetivos de cara a detectar posibles desviaciones, en función de las siguientes variables:

- Toneladas
- Euros
- Consumo per cápita (kg persona/año)

A

Alcanzables

Los objetivos marcados son alcanzables en función de:

- Situación actual del mercado.
- Tendencias previstas.
- Presupuesto del proyecto.
- Tiempo marcado de desarrollo.

R

Resultados

Todos ellos están centrados en conseguir los resultados detallados y con un **ROI positivo** del programa. **ROI = 4,87:1**

T

Tiempo

Están acotados temporalmente para su consecución en el periodo total de 3 años que dura el programa y anualmente de acuerdo con los cronogramas de actuaciones.

O

PÚBLICO OBJETIVO

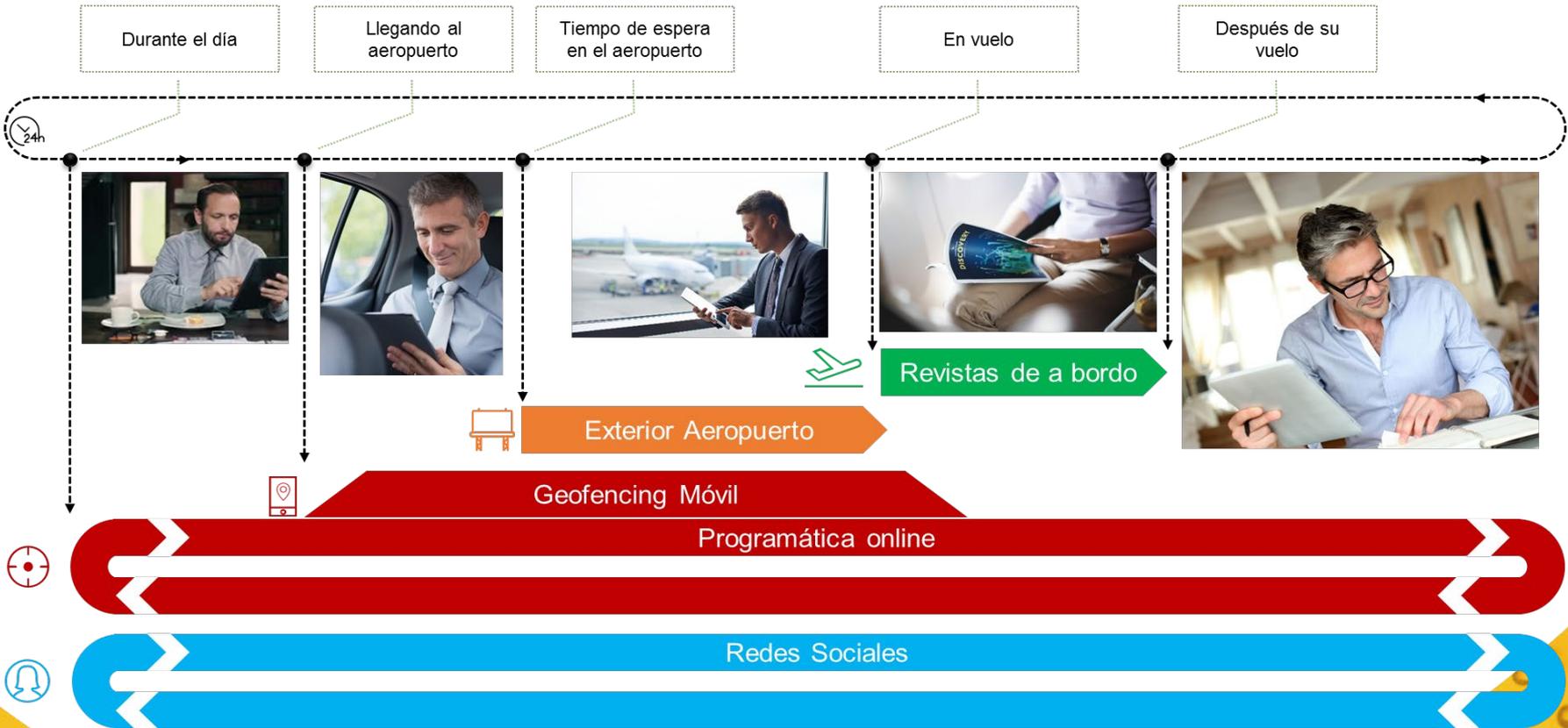


COLECTIVO VIAJERO INTERNACIONAL

- Consumidor con alto grado de **educación**, principalmente **urbano**.
Son **concedores del producto**, pero quieren saber más sobre él y estar seguros de que eligen la mejor opción.
- Personas de **+ 25 años**.
- Con ingresos **medios-altos**.
- Con un **ritmo de vida moderno**, placentero, aficionados a la **cocina** y a las **tendencias**.
- **Preocupados por la salud**, se ocupan activamente de su bienestar y el de su familia.



Un día en la vida de un viajero internacional



ESPAÑA

POTENCIA TURÍSTICA MUNDIAL





17 Millones
REINO UNIDO

10,8 Millones
FRANCIA

10,7 Millones
ALEMANIA

3,7 Millones
ITALIA

*Datos de enero a noviembre 2016

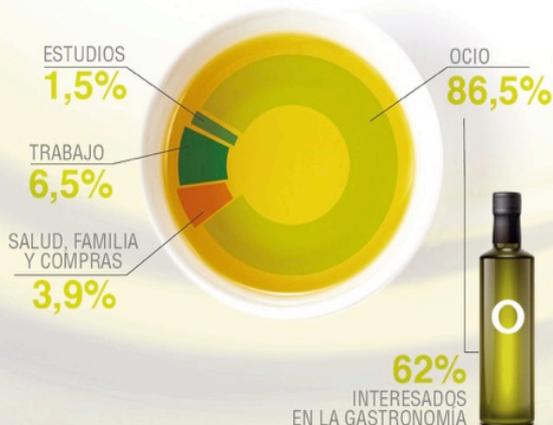
¿De dónde vienen?*

¿Cuánto se gastan?

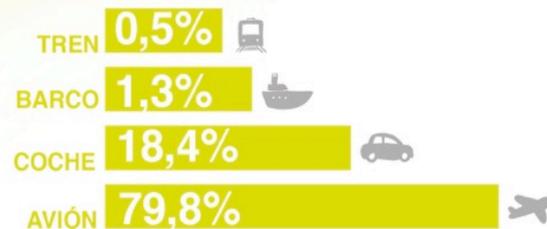
77.000 MILLONES DE EUROS

Gasto medio por turista
1.023€

¿Por qué vienen?



¿Cómo vienen?



TURISTAS EXTRANJEROS | **75,3** MILLONES EN 2016

¿A dónde van?



TURISMO EN AVIÓN

CIFRA RECORD **230** MILLONES DE PASAJEROS

AEROPUERTOS



TURISMO DE CRUCEROS

8,4 MILLONES EN 2015

Se prevé batir el record con **8,6 Millones de pasajeros**

PUERTOS

PRINCIPALES AEROPUERTOS EUROPEOS



REINO UNIDO (Heathrow y Gatwick)
PASAJEROS 74.989.795 74.989.795

BÉLGICA (Bruselas - Zaventem)
PASAJEROS 22.341.632

FRANCIA (Charles de Gaulle)
PASAJEROS 65.766.986

PAÍSES BAJOS (Amsterdan - Schipol)
PASAJEROS 58.284.864

ALEMANIA (Frankfurt y Munich)
PASAJEROS 61.032.022 40.981.522

ESPAÑA (Madrid y Barcelona)
PASAJEROS 50.420.583 44.154.693

ITALIA (Fiumicino)
PASAJEROS 40.422.156



ESPAÑA - Aeropuertos más concurridos

PASAJEROS EN 2016 (en millones)

1. Adolfo Suárez Madrid - Barajas	50.420.583
2. Barcelona - El Prat	44.154.693
3. Palma de Mallorca	26.253.882
4. Málaga - Costa Del Sol	16.672.776
5. Alicante - Elche	12.344.945
6. Gran Canaria	12.093.645
7. Tenerife - Sur	10.472.404
8. Ibiza	7.416.368
9. Lanzarote	6.683.966
10. Valencia	5.799.104

EEUU

AEROPUERTOS

Chicago (77 millones)

L.A (81 millones)

Dallas (65 millones)

JFK (60 millones)

San Francisco (50 millones)

Miami (44 millones)



642 MILLONES DE PASAJEROS EN VUELOS INTERNOS AL AÑO



ASIA: CHINA, Taiwán y Japón



✈️ **Hong Kong**
Aeropuerto
Internacional
de Hong Kong

Pekín ✈️
Aeropuerto Internacional
de Pekín-Capital

Shanghái ✈️
Aeropuerto Internacional de Shanghái-Pudong

Taipéi ✈️
Aeropuerto Internacional
de Taiwán Taoyuan

Tokio ✈️
Aeropuerto Internacional de Narita

🚆 **Kioto**
Estación de Tren Kioto



JAPÓN 🇯🇵

- ✈️ Tokio: 37,27MM PAX/AÑO
- 🚆 Kioto: 247MM PAX/AÑO

TAIWAN 🇹🇼

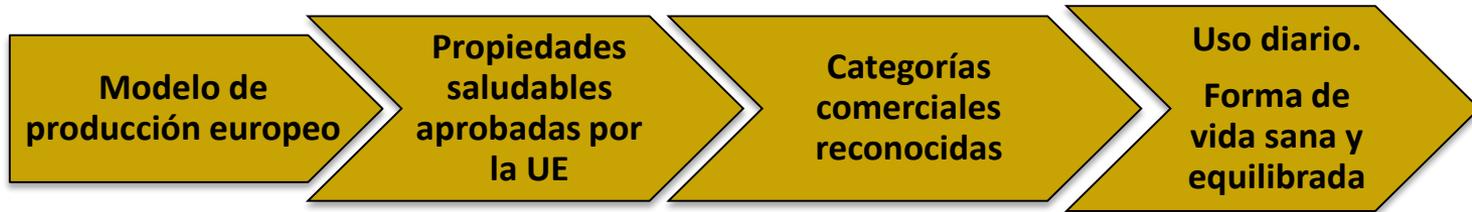
- ✈️ Taipéi: 38,4MM PAX/AÑO

CHINA 🇨🇳

- ✈️ Hong Kong: 68,3MM PAX/AÑO
- ✈️ Shanghái: 60,1MM PAX/AÑO
- ✈️ Pekín: 89,4MM PAX/AÑO



MENSAJES A TRANSMITIR



“

UNA CAMPAÑA BASADA EN INSIGHT DEL CONSUMIDOR

Me gusta cuidarme, considero esencial mi alimentación
y busco **productos de calidad**

que se adapten a mi cultura culinaria y gusten a toda mi familia
Quiero incluir en mi dieta y la de mi familia productos que mejoren mi
calidad de vida, que mejoren la **calidad de vida** de los que me rodean,
productos que hagan un mundo mejor, un estilo de vida mejor.

Productos más sanos, con buen sabor y que su calidad y
procedencia estén garantizadas.

”

○



Esas imagen es un boceto que no está arte finalizado

JOIN THE EUROPEAN HEALTHY LIFESTYLE WITH OLIVE OILS FROM SPAIN

EUROPEAN OLIVE OILS
FROM SPAIN

MAKE A TASTIER WORLD



oliveoilworldtour.eu  

 OLIVE OILS FROM SPAIN

 CAMPAIGN FINANCED
WITH AID FROM
THE EUROPEAN UNION

THE EUROPEAN UNION SUPPORTS
CAMPAIGNS THAT PROMOTE
A HEALTHY LIFESTYLE.

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE


Hemos definido una estrategia a desarrollar en los puntos neurálgicos (aeropuertos, puertos y estaciones centrales de tren) de concentración máxima de viajeros para así lograr la máxima cobertura y notoriedad sin perder los impactos cualitativos.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA

El **eje de la estrategia** de acciones girará entorno a la creación de **espacios novedosos** que serán **instalados en centros de máxima concentración** de viajeros.

- **Terminales de Aeropuertos**
- **Estaciones centrales de tren**
- **Terminales de cruceros**

Conquistando al mundo con el sabor de los aceites de oliva europeos por...



OLIVE OIL

World tour



Vamos a **crear...**

Nuestro propio **soporte de exterior,**

Nuestra propia **sala vip,**

Nuestro propio **canal de comunicación.**

Un espacio único que nos traslada a la esencia de los aceites de oliva europeos ...



Producto

- **Oleoteca** itinerante con referencias comerciales.
- **Catas** express de producto.
- **Infografías.**



Lifestyle

Zona chill out donde disfrutar de:

- **Videos.**
- **Música.**
- Zona **kids** para los niños.
- **Punto de acceso** logeado a wifi.



IMPLEMENTACIÓN EN MERCADO INTERIOR EUROPEO

Año 1

Año 2

Año 3

Instalación "Olive Oil Lounge" en 2 Aeropuertos

Instalación "Olive Oil Lounge" en 2 Aeropuertos

Instalación "Olive Oil Lounge" en 1 Aeropuertos

Campaña ATL en soportes de EXTERIOR ESPECTACULAR.

Acción especial BARCO

Relaciones Públicas

Años 1,2 y 3

- Un gabinete permanente de relaciones públicas.
- Actos de presentación del Olive World Olive Tour en distintas americanas.
- Encuentros experienciales muy especiales: "Join the European Lifestyle Experience"
- Viajes de estudio

Online y SOME

Años 1,2 y 3

- Una Web de campaña
- Activación de perfiles en Facebook e Instagram
- Generación continua de contenidos especiales para cada red, cada target y cada mercado.
- Una campaña display en la principal web de viajes de Europa: Tripadvisor
- Activación de sistema de geofencing para impactar a nuestro público en su momento, en los olive oil lounge.
- PROGRAMA EMBAJADORES BLOGUEROS.



IMPLEMENTACIÓN EN MERCADO INTERIOR EUROPEO



PAÍS / CIUDAD	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		
	TREN	AEROPUERTO	TREN	AEROPUERTO	TREN	AEROPUERTO	BARCO
ESPAÑA							
MADRID		OL	AVE vinilado	Ext	Ext	Metro Vinilado Ext	
BARCELONA		OL		Ext			
IBIZA						Ext	
PALMA		OL				Ext	
MALAGA						Ext	
BCN-VAL-PALMA							Barco vinilado
ALEMANIA							
FRANKFURT				Ext	Ext	Ext	
BERLIN		Avión vinilado	OL		Ext		
HAMBURGO			OL		Ext		
BÉLGICA							
BRUSELAS		OL		Ext	Ext	Ext	
AMBERES			OL				
REINO UNIDO							
LONDRES		OL	Ext	Ext	Ext	Ext	
HOLANDA							
AMSTERDAM		OL	Ext	Ext	Ext	Ext	

IMPLEMENTACIÓN EN ESTADOS UNIDOS

Año 1

Instalación
"Olive Oil
Lounge" en
Aeropuertos



Año 2

Campaña ATL en
soportes de
EXTERIOR
ESPECTACULAR.

Año 3

Campaña ATL en
soportes de
EXTERIOR
ESPECTACULAR.

Instalación "Olive Oil
Lounge" en
Estaciones + Acción
especial AVE



Campaña ATL en
soportes de
EXTERIOR
ESPECTACULAR.

Instalación "Olive Oil
Lounge" en
Estaciones + Acción
especial BARCO



Relaciones Públicas

Años 1,2 y 3



- Un gabinete permanente de relaciones públicas.
- Actos de presentación del Olive World Olive Tour en distintas ciudades
- Encuentros experienciales muy especiales: "Join the European Lifestyle Experience"
- Viajes de estudio

Online y SOME

Años 1,2 y 3



- Una Web de campaña
- Activación de perfiles en Facebook e Instagram
- Generación continua de contenidos especiales para cada red, cada target y cada mercado.
- Una campaña display en la principal web de viajes de Europa: Tripadvisor
- Activación de sistema de geofencing para impactar a nuestro público en su momento, en los olive oil lounge.
- PROGRAMA EMBAJADORES BLOGUEROS.



IMPLEMENTACIÓN EN ESTADOS UNIDOS



CIUDAD	AÑO 1			AÑO 2		AÑO 3		
	TREN	AEROPUERTO	BARCO	TREN	AEROPUERTO	TREN	AEROPUERTO	BARCO
NW - JFK		OL			Ext		Ext	
MIAMI		OL	Ext		Ext		Ext	
FORT LAUDERDALE - BAHAMAS								Acción especial Balearia
LOS ÁNGELES	Ext	Ext			OL	Ext	Ext	
CHICAGO		Ext		Ext	OL		Ext	
SAN FRANCISCO	Ext	Ext			Ext	Ext	OL	



IMPLEMENTACIÓN EN ASIA: CHINA, JAPÓN Y TAIWÁN



	ACTIVIDAD	Año 1	Año 2	Año 3
	EXTERIOR. AEROPUERTO PEKÍN & SHANGHÁI & HONG KONG			
	REVISTA DE A BORDO			
	MOBILE GEO-FENCING EN AEROPUERTOS			
	PROGRAMÁTICA			
	ACTIVIDAD FAMILIAR – AEROPUERTO SHANGHÁI			
	ACTIVIDAD ADULTO - AEROPUERTO SHANGHÁI			
	RELACIONES PÚBLICAS			
	WECHAT			
	FIRMAS INVITADAS			
	WEB ACEITES DE OLIVA DE EUROPA			

	ACTIVIDAD	Año 1	Año 2	Año 3
	EXTERIOR. AEROPUERTO NARITA			
	REVISTA DE A BORDO			
	MOBILE GEO-FENCING EN AEROPUERTOS			
	PROGRAMÁTICA			
	ESTACIÓN DE TREN KIOTO			
	ACTIVIDAD FAMILIAR – AEROPUERTO NARITA			
	ACTIVIDAD ADULTOS - AEROPUERTO NARITA			
	RELACIONES PÚBLICAS			
	FACEBOOK			
	INSTAGRAM			
	FIRMAS INVITADAS			
	WEB ACEITES DE OLIVA DE EUROPA			

	ACTIVIDAD	Año 1	Año 2	Año 3
	EXTERIOR. AEROPUERTO TAIPEÍ			
	PROGRAMÁTICA			
	WEB ACEITES DE OLIVA DE EUROPA			



Welcome to Maldivian life
Welcome to the lounge
Olive Oil Live Lounge







UNITED KINGDOM

NETHERLANDS

BELGIUM

GERMANY

ACT IN
BARCELONA
VALENCIA

REST OF SPAIN



FORMATOS DE EXTERIOR ESPECTACULARES



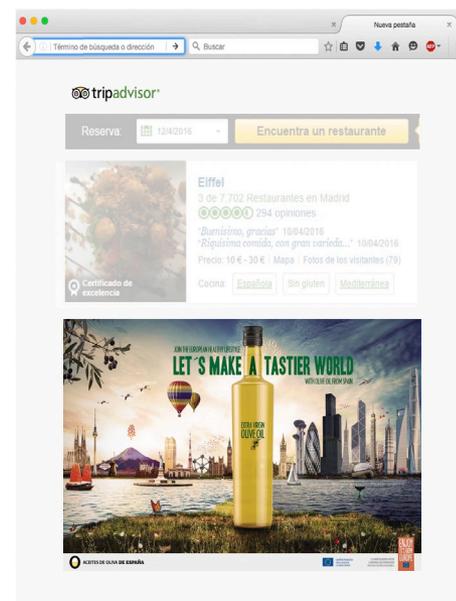
FORMATOS DE EXTERIOR ESPECTACULARES



FORMATOS DE EXTERIOR ESPECTACULARES



IMPORTANTE Y CREATIVA CAMPAÑA DE PR, PROGRAMÁTICA Y SOME



Geofencing DISPLAY PREMIUM MOBILE

