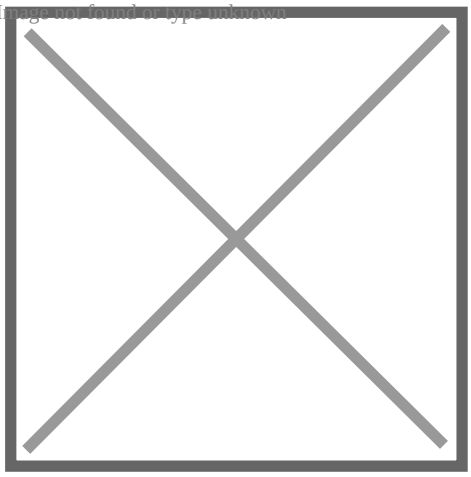
LOCAL | Denominación de Origen

La Ruta Turismo y Aceite pone en marcha una campaña promocional con el AOVE como gran protagonista

Se desarrollará hasta mediados de marzo en los municipios de Almedinilla, Fuente Tójar y Priego

Rafael Cobo Calmaestra
Jueves 13 de noviembre de 2014 - 21:44



Con el propósito de concienciar al consumidor de las ventajas del uso del aceite de oliva virgen extra (AOVE) de la Denominación de Origen Protegida Priego de Córdoba, en todas sus variantes, la Ruta Turismo y Aceite llevará a cabo durante los próximos meses una ambiciosa campaña promocional en los municipios de Almedinilla, Fuente Tójar y Priego.

Bajo el lema “Yo consumo aceite de oliva virgen extra. Aliña con sabor, saborea con corazón”, la iniciativa ha sido presentada en la sede del distintivo de calidad prieguense por el responsable de la delegación de Turismo del Consistorio de nuestra localidad, Juan Ramón Valdivia, y por el vocal del Consejo Regulador de la D.O.P. Priego de Córdoba, Rafael Muela, que expuso lo que serán las premisas básicas de la campaña, entre las que se encuentra dar a conocer la calidad y la bondad de los aceites de la D.O.P. a los residentes en la comarca y a todos aquellos que la visiten, “incidiendo en los aromas, calidades y usos, partiendo de la premisa de que la comarca es productora de uno de los mejores aceites de oliva vírgenes extra del mundo”.

De ahí que Muela indicara que será muy importante que los consumidores de la zona, “sean capaces de transmitir a cualquier otra persona la bondad de nuestros aceites”, indicando que otro de los objetivos de la campaña se centra en poner, “nombre y apellidos al aceite de oliva y que se identifique el zumo cien por cien de aceituna con las siglas AOVE (aceite de oliva virgen extra)”.

Por su parte, Valdivia destacó el trabajo realizado por los técnicos de los distintos municipios que integran la asociación, en el diseño y puesta en marcha de este proyecto, en el que se dan la mano sectores tan importantes para la economía de la zona como el oleícola y el turístico, destacando la importancia de los soportes que se han creado, en relación a la nueva web de la asociación, en la que se incluye una información pormenorizada de la iniciativa.

En síntesis, la campaña va dirigida a cuatro colectivos, reflejados en la imagen corporativa de la misma, tales como el ama de casa como principal consumidora; las personas mayores, directamente relacionadas con una dieta saludable; los niños, como vehículo para introducir la cultura y el buen uso del AOVE; y los profesionales de la hostelería, partiendo de la idea de la utilización de productos de primerísima calidad, como es el caso de los zumos de aceituna amparados por el distintivo de calidad prieguense.

La presentación de la campaña, que tendrá una segunda fase a nivel regional, se completó con la puesta de largo de la nueva web de la Ruta Turismo y Aceite, así como del Blog y la cartelería y spot publicitarios que se emitirán en el desarrollo de esta actividad promocional.