



**interaceituna**  
organización interprofesional de la aceituna de mesa

# III CONGRESO COOPERATIVO DE ACEITUNA DE MESA

**05/05/2026**

**ALMENDRALEJO**





## ÍNDICE

1. Interaceituna
2. Histórico promoción
3. Mercado nacional
4. Campañas actuales: India y China
5. Próximamente: Corea del Sur, USA





# 1. INTERACEITUNA





## EVOLUCIÓN INTERACEITUNA

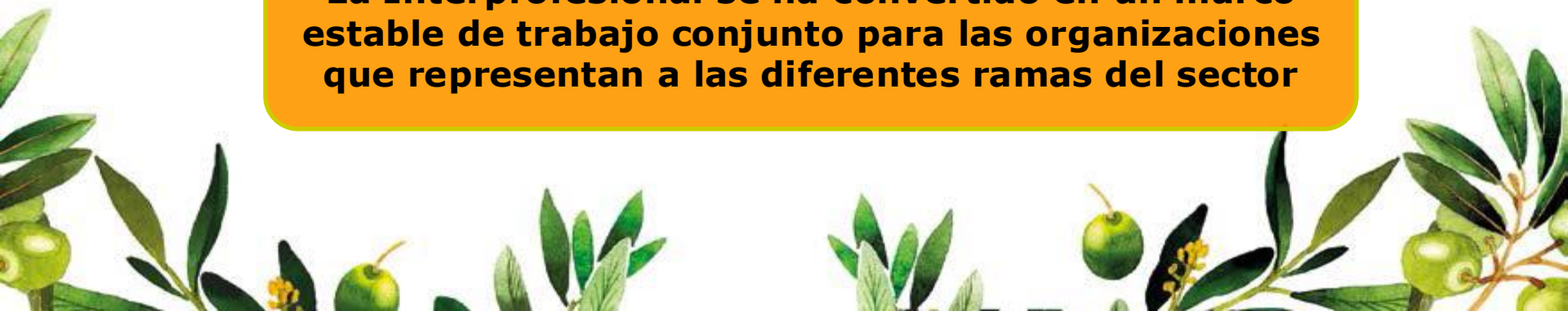
**11/11/2004:** constitución de INTERACEITUNA.

**25/11/2005:** reconocimiento MAPA como Interprofesional.

**03/04/2007:** publicación BOE primera extensión de norma.

**01/09/2007 - actualidad:** desde la entrada en vigor de la primera extensión de norma, INTERACEITUNA viene desarrollando programas de interés general para el sector contando con un presupuesto propio anual medio de 3 millones €. (Incrementado gracias a los Programas Europeos de promoción y organismos como ICEX o Andalucía TRADE)

**La Interprofesional se ha convertido en un marco estable de trabajo conjunto para las organizaciones que representan a las diferentes ramas del sector**





**La Organización Interprofesional de la Aceituna de Mesa se constituyó el 11 de noviembre de 2004 y agrupa a las diferentes organizaciones que representan a nivel nacional al sector de la aceituna de mesa en España.**

**RAMA PRODUCCIÓN**



**RAMA TRANSF. / COMERC.**





## EXTENSIONES DE NORMA DE INTERACEITUNA

**I:** 01/09/2007 – 31/08/2010.

**II:** 01/09/2010 – 31/08/2013.

**III:** 01/09/2013 – 31/08/2016.

**IV:** 01/09/2016 – 31/08/2019.

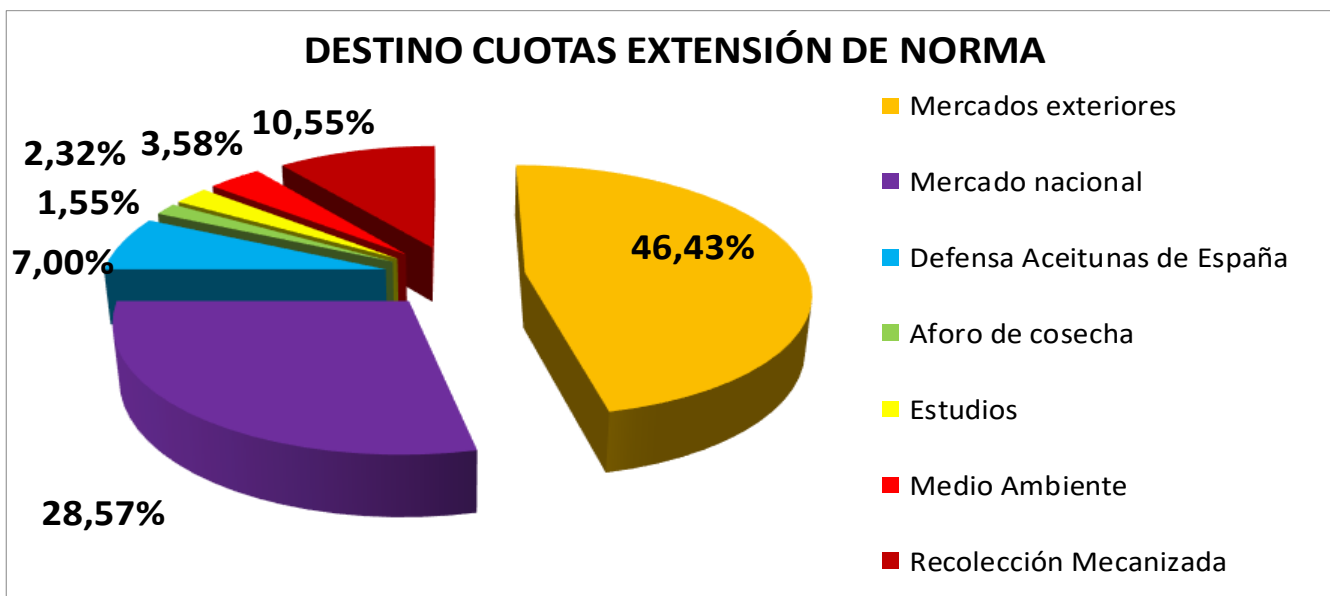
**V:** 01/09/2019 – 31/08/2022.

**VI:** 01/09/2022 – 31/08/2027.

**Ejecución de programas de interés general  
para el sector por valor cercano a los 75  
millones de euros (periodo 2007 – 2026)**



# EXTENSIONES DE NORMA DE INTERACEITUNA



**PRODUCTORES**

**1,7 €/TONELADA**

**ENTAMADORES**

**1,7 €/TONELADA**

**ENVASADORES**

**1,7 €/TONELADA**

**Recaudación anual = 551.250 X 5,1 € = 2.811.375 €**



**PROMOCIÓN  
NACIONAL**

**IDENTIFICACIÓN  
VARIETAL**

**MEDIO AMBIENTE**

**PROMOCIÓN  
INTERNACIONAL**

**ESTUDIO VIDA  
DE MERCADO**

**MARCA "OLIVES  
FROM SPAIN"**

**RECOLECCIÓN  
MECANIZADA**

**AFORO DE COSECHA**

**OTROS ESTUDIOS Y  
PROYECTOS I+D+i**

**DEFENSA JURÍDICA**

**Estos programas han sido financiados por el sector, pero también han recibido un importante apoyo de diferentes organismos:**



**Andalucía  
TRADE**

**avante**  
Extremadura

**JUNTA DE ANDALUCÍA**  
CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE





## 2. Histórico de promoción





Países	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
España		360.000 €	760.000 €	1.200.000 €	1.000.000 €	700.000 €	800.000 €	<b>1.042.500 €</b>	<b>1.442.500 €</b>	<b>1.442.500 €</b>
EE.UU.								862.000 €	900.000 €	1.050.000 €
Francia				335.000 €	500.000 €	500.000 €	475.000 €	<b>625.500 €</b>	<b>625.500 €</b>	<b>625.500 €</b>
India									190.000 €	190.000 €
Rusia		300.000 €	340.000 €	365.000 €	300.000 €	300.000 €	310.000 €	180.000 €	115.000 €	187.810 €
Reino Unido				285.000 €	400.000 €	300.000 €	200.000 €	<b>417.000 €</b>	<b>417.000 €</b>	<b>417.000 €</b>
Canadá										
China										
Polonia		119.000 €	170.000 €	195.000 €	195.000 €	200.000 €	140.000 €	110.500 €	110.500 €	110.500 €
México	117.000 €	112.000 €	200.000 €	225.000 €	225.000 €	180.000 €	90.000 €			
Australia	28.000 €	117.000 €	140.000 €	165.000 €	190.000 €	160.000 €	100.000 €			
República Checa				120.000 €	120.000 €	120.000 €	120.000 €			
Ucrania				60.000 €	100.000 €	110.000 €	90.000 €			
Eslovaquia							70.000 €			
Hungría							70.000 €			
Países Bajos		45.000 €								
<b>TOTAL PROMOCIÓN</b>	<b>145.000 €</b>	<b>1.053.000 €</b>	<b>1.610.000 €</b>	<b>2.950.000 €</b>	<b>3.030.000 €</b>	<b>2.570.000 €</b>	<b>2.465.000 €</b>	<b>3.237.500 €</b>	<b>3.800.500 €</b>	<b>4.023.310 €</b>





Países	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
España	800.000 €	800.000 €	375.000 €	1.350.000 €	1.271.423 €	914.197 €	1.860.859 €	750.000 €	186.564 €	750.000 €
EE.UU.	750.000 €	2.500.000 €	2.500.000 €	2.500.000 €		2.500.000 €	2.500.000 €	2.500.000 €		
Francia		450.000 €	450.000 €	450.000 €	1.000.000 €					
India	275.000 €	400.000 €	400.000 €		400.000 €	800.000 €			800.000 €	800.000 €
					500.000 €	500.000 €	500.000 €			
Rusia	615.000 €	390.000 €	90.000 €	90.000 €	90.000 €					
Reino Unido		400.000 €	400.000 €	400.000 €						
Canadá			300.000 €	300.000 €	500.000 €	500.000 €	500.000 €			
China									1.666.666 €	1.666.666 €
					100.000 €	750.000 €	750.000 €	750.000 €	750.000 €	650.000 €
Polonia										
México										
Australia										
República Checa										
Ucrania										
Eslovaquia										
Hungría										
Países Bajos										
<b>TOTAL PROMOCIÓN</b>	<b>2.440.000 €</b>	<b>4.940.000 €</b>	<b>4.515.000 €</b>	<b>5.090.000 €</b>	<b>3.861.423 €</b>	<b>5.964.197 €</b>	<b>6.110.859 €</b>	<b>4.000.000 €</b>	<b>3.403.230 €</b>	<b>3.866.666 €</b>



	<b>17.805.543€</b>
	<b>18.562.000€</b>
	<b>7.733.332€</b>
	<b>7.355.000€</b>
	<b>6.036.500€</b>
	<b>3.672.810€</b>
	<b>3.636.000€</b>
	<b>2.100.000€</b>
	<b>1.350.000€</b>
	<b>1.149.000€</b>
	<b>900.000€</b>
	<b>650.000€</b>
	<b>480.000€</b>
	<b>360.000€</b>
	<b>70.000€</b>
	<b>70.000€</b>
	<b>45.000€</b>
	

**20** años de **Experiencia**  
 en la gestión de cerca de  
**75.000.000€** en campañas de  
 promoción **nacionales** e  
**Internacionales**, en **16**  
**países**, en el periodo 2006-25, de  
 los que Interaceituna ha aportado más  
 de **25.000.000€**





**live Spain** in every bite



**BRUSQUETTES С ЖАРЕННЫМИ ПОМИДОРАМИ И ИСПАНСКИМИ МАСЛИНАМИ**

*Рецепты One*

**ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ПОРЦИИ НА 4 ЧЕЛОВЕК (3 БРУСКЕТТА НА ЧЕЛОВЕКА):**

- 20 нарезанных испанских маслин
- 2 помидора
- 1 желтый перец
- буханка свежего базилика
- половина столовой ложки оливкового масла экстра вирджин (AOVE)
- половина столовой ложки оливкового масла
- половина чайки мягкого козьего сыра
- крупная соль

**L'OLIVE D'ESPAGNE, elle va vous surprendre!**

**L'Espagne, la Reine des Olives**

**Surprenante olive d'Espagne**

Plus de 2000 ans de tradition, un savoir-faire unique, un terroir exceptionnel, une variété de cultures et de produits qui font de l'olive espagnole le produit le plus précieux et le plus savoureux du monde.

**ICEX** España Internacional

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

**ACEITUNAS**

**Reina de Tapas**

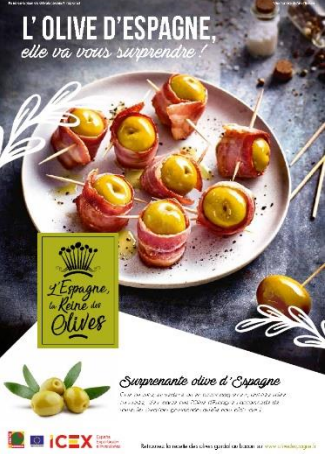
**PONLE LUNARES A LA FERIA**

LOS MEJORES MOMENTOS DE LA FERIA ESTÁN AQUÍ DENTRO

**POD. EL BANCÓN SERRILLANO**

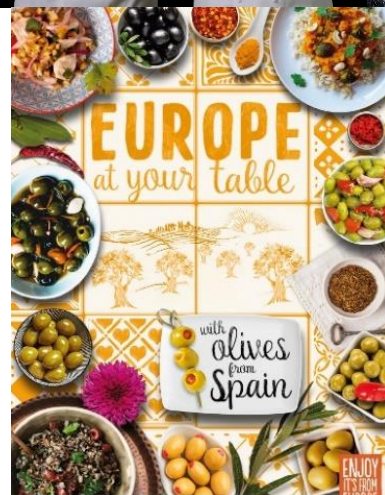
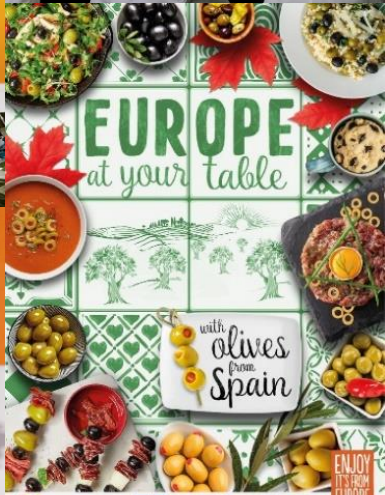
**Spanish Olive festival**

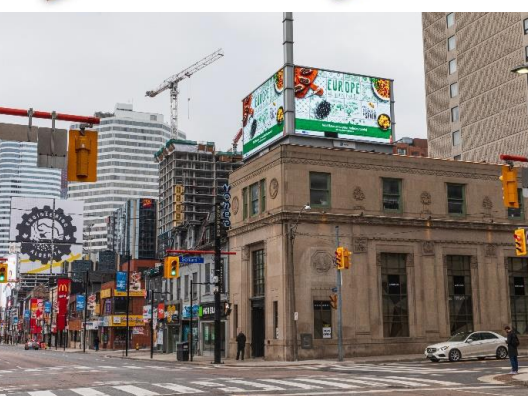
**ICEX** España Internacional

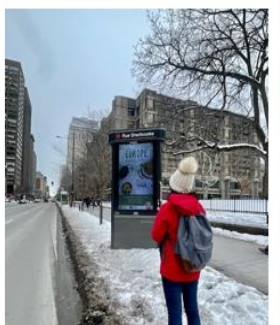
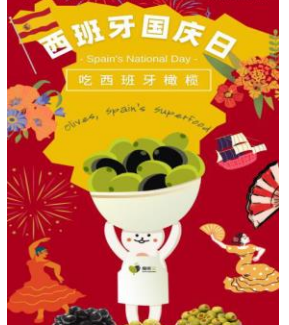


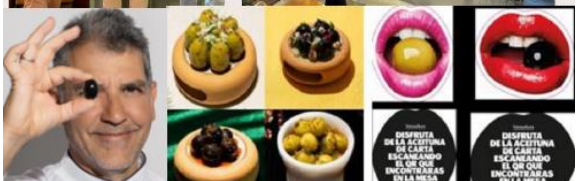
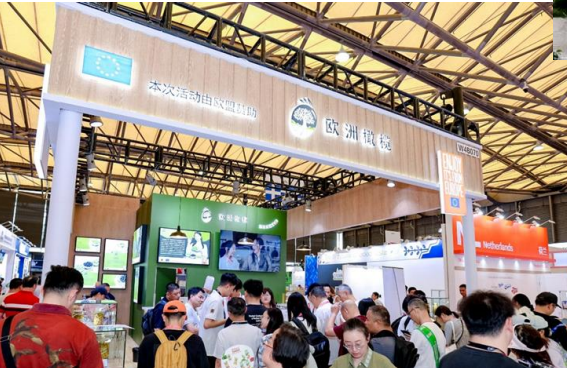
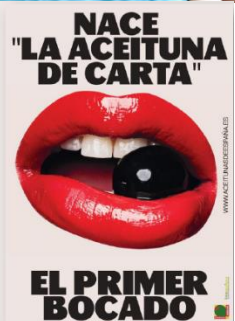
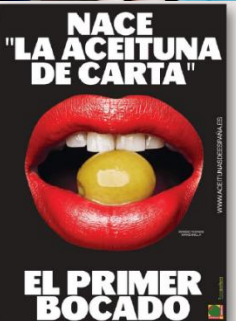
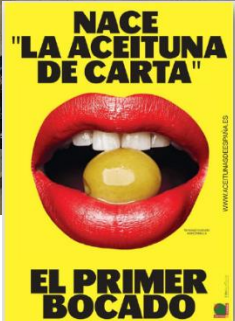


# #ELRETODELAACEITUNA











### 3. Mercado nacional





# PROMOCIÓN NACIONAL

## SITUACIÓN ACTUAL:

**2007- 2017:** Campañas de promoción enfocadas a ampliar nuevos usos de la aceituna.

**2018:** REFLEXIÓN Y ESTUDIO DEL MERCADO: Banalización de la aceituna de mesa.

**2019-2024:** Campañas de promoción enfocadas a PRESTIGIAR la aceituna.

**2025:** REFLEXIÓN Y ESTUDIO DEL MERCADO.





# PROMOCIÓN NACIONAL

## PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL ESTUDIO:

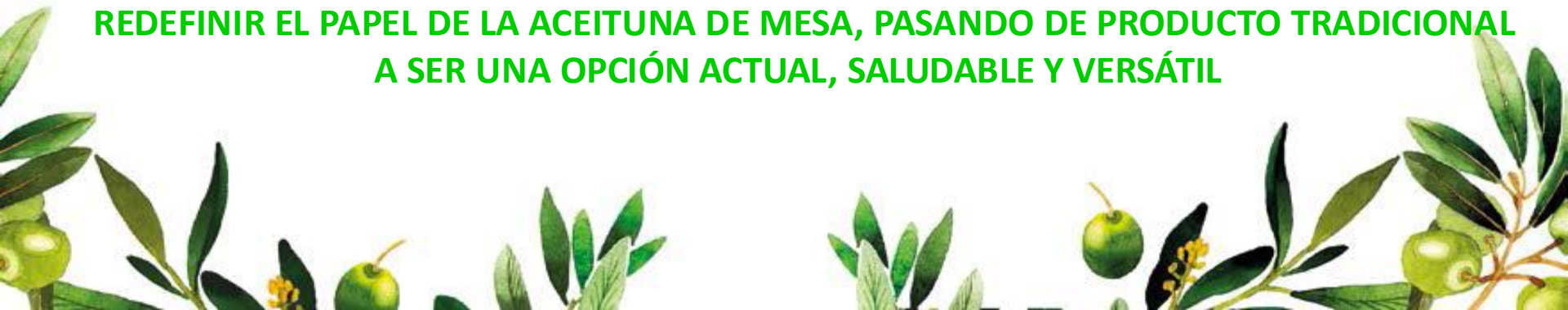
Sector sólido pero vulnerable:

**El principal riesgo no es la pérdida inmediata de consumo, sino la irrelevancia progresiva en un mercado de aperitivos cada vez más dinámico.**

El mayor potencial reside en:

**Fuerte tradición y percepción de calidad, pero débil en innovación estratégica y conexión con nuevas personas consumidoras**

**REDEFINIR EL PAPEL DE LA ACEITUNA DE MESA, PASANDO DE PRODUCTO TRADICIONAL A SER UNA OPCIÓN ACTUAL, SALUDABLE Y VERSÁTIL**





# PROMOCIÓN NACIONAL

## Recomendaciones:

1. Incrementar y mantener en el tiempo la presencia mental de la aceituna de mesa.
2. Atender a los jóvenes para garantizar “relevo generacional”.
3. Continuar con la labor de prestigiar el producto.
4. Dar pasos hacia la diversificación de las formas y escenarios de consumo sin olvidar nuestro “escenario natural”.
5. Potenciar la “marca España”.





## **4. Campañas actuales:** *India y China*





# PROMOCIÓN INDIA

## 2014 - 2026 PROGRAMAS COFINANCIADOS 50% POR TRADE E INTERACEITUNA

- 2014 y 2015: 190.000€.
- 2016: 275.000€.
- 2017- 2018 y 2020: 400.000€.
- 2019: se realizó un estudio de mercado.
- 2020: 400.000€.
- 2021: 800.000€.
- 2026: 1.600.000€ (6 meses + 6 meses)

## 2020 - 2022 PROGRAMA EUROPEO:

- 3,1 millones los 3 años (80% de financiación Europa/ 20% INTERACEITUNA).
- Promoción para India y Canadá con un 50 % de reparto presupuestario entre países.





# PROMOCIÓN INDIA 2026

## *OBJETIVOS DE LA PROMOCIÓN*

El objetivo principal de la campaña es continuar con la **tendencia creciente de consumo de aceitunas españolas en India a corto y medio plazo** a través de acciones directas e impactantes.

Estas son consumidas principalmente en el canal HORECA, siendo el reto **actual ELEVAR el consumo en el canal HORECA** para que este consumo se traslade a los HOGARES.

Objetivos secundarios:

- Crear una asociación directa entre “ aceitunas ” y “ España ”.
- Dar a conocer los diversos usos gastronómicos de la aceituna de mesa.





# PROMOCIÓN INDIA 2026

## *PÚBLICO OBJETIVO*

**Consumidores:** Hombres y mujeres mayores de 20 años con un nivel de ingresos medio-alto, usuarios de Internet y compradores de productos de importación.

**Público profesional:** Compradores mayoristas y minoristas, profesionales de los sectores HORECA y prescriptores (líderes de opinión, medios de comunicación, chefs, etc).

## *IMPACTOS PREVISTOS*

**Televisión y CTV:** Está previsto alcanzar los 245 millones de impactos a través de la emisión del spot de campaña en las cadenas de ámbito nacional Star Plus, Colors, Star Bharat y Star Gold.

**Prensa & Eventos:** Está previsto alcanzar los 330 millones de impactos en un mix de medios, impulsados a su vez por el uso de dos embajadoras de campaña.





# PROMOCIÓN INDIA 2026

## ÁMBITO GEOGRÁFICO NACIONAL

Áreas en las que se concentre las mayores rentas per cápita	Áreas con mayor densidad geográfica (habitantes)
New Delhi (Northern)	New Delhi - 25,7 millones
Mumbai (Western)	Mumbai - 21 millones
Kolkata (Eastern)	Kolkata - 11,7 millones
Bangalore (Southern)	Bangalore - 10 millones
-	Chennai - 9,6 millones
-	Hyderabad - 8,9 millones

Fuente: Census of India, Income Tax Department, Government of India.



# PROMOCIÓN INDIA 2026

## PLAN DE ACCIONES

### 1 EMBAJADORAS DE MARCA

#### 1.1. Carolina Marín

Leyenda del bádminton mundial, siendo campeona olímpica y tricampeona mundial en el deporte más popular en la India junto con el cricket

#### 1.2. Shipra Khanna

Célebre chef, autora y personalidad televisiva india con más de 5 millones de seguidores en RRSS

### 2 PLAN DE MEDIOS

#### 2.1. Plan de medios impresos en revistas

#### 2.2. Plan de medios digital

##### 2.2.1 Web de campaña & RRSS

##### 2.2.2 Branded content

##### 2.2.3 Campaña de captación digital

### 3 EVENTOS

#### 3.1. Evento B2B

#### 3.2. Eventos B2C

**\*Plan de acciones coordinado con una campaña de promoción en TV financiada por TRADE.**



FEED your HEART with Olives from Spain



**Carolina Marin**  
Campeona del mundo de Badminton



FEED your HEART with Olives from Spain



**Chef Shipra Khanna**





# PROMOCIÓN CHINA

## **2020 -2024 PROGRAMAS 50% COFINANCIADOS ENTRE ICEX E INTERACEITUNA**

- 2020: estudio de mercado.
- 2021: 750.000€
- 2022: 750.000€
- 2023: 750.000 €
- 2024: 750.000€
- 2025: 650.000€

## **2024 - 2026 PROGRAMA EUROPEO EN CHINA:**

- 5 millones € de inversión total (80% de financiación Europa/ 20% INTERACEITUNA).





# PROMOCIÓN CHINA 2026

## *OBJETIVOS DE LA PROMOCIÓN*

El **objetivo principal** de la campaña es incrementar el consumo de las aceitunas de mesa españolas en China a corto y medio plazo.

### **Objetivos secundarios:**

- Generar un motivo de compra.
- Dar a conocer las diferentes bondades y atributos del producto.
- Establecer una colaboración estrecha con la cadena de suministro.





# PROMOCIÓN CHINA 2026

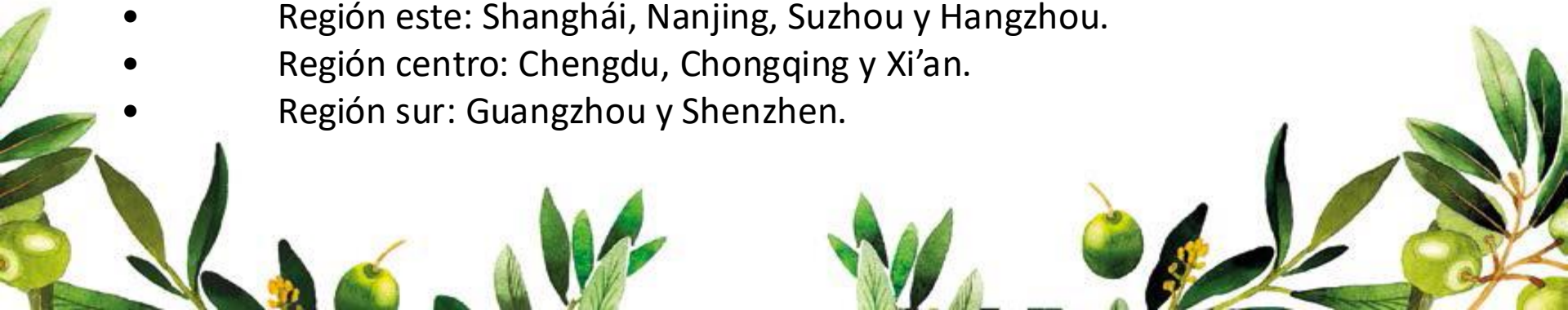
## *PÚBLICO OBJETIVO*

**Consumidores:** Hombres y mujeres chinos, mayores de 20 años con un nivel de ingresos medio-alto, usuarios de Internet y compradores de productos de importación.

**Público profesional:** Compradores mayoristas y minoristas, profesionales de los sectores HORECA y prescriptores (líderes de opinión, medios de comunicación, chefs, etc).

## *ÁMBITO GEOGRÁFICO NACIONAL*

- Región norte: Pekín, Tianjin y Qingdao.
- Región este: Shanghái, Nanjing, Suzhou y Hangzhou.
- Región centro: Chengdu, Chongqing y Xi'an.
- Región sur: Guangzhou y Shenzhen.





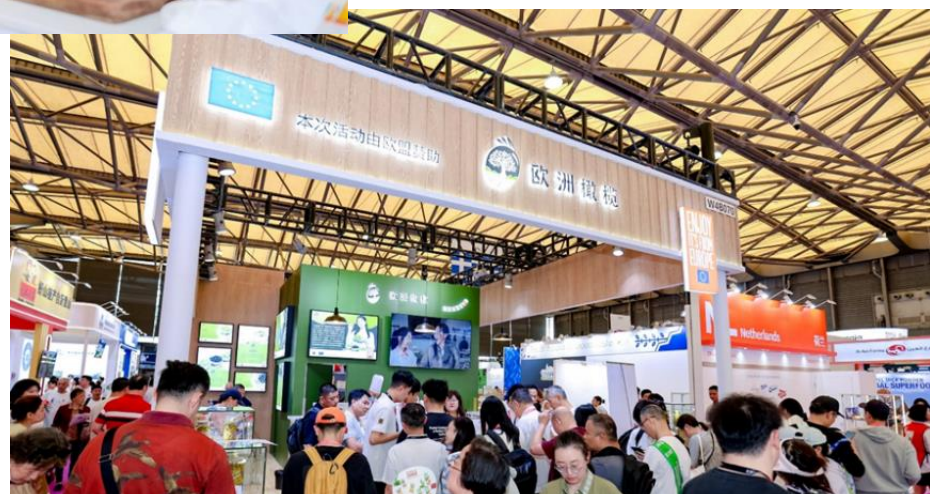
# PROMOCIÓN CHINA 2026

## PLAN DE ACCIÓN





# PROMOCIÓN CHINA 2026





## **5. Próximamente:** *Corea del Sur, USA*





# PRÓXIMAMENTE: COREA

## 2025/26: ESTUDIO DE MERCADO DE COREA DEL SUR

### Principales conclusiones del estudio:

1. El consumo de la aceituna de mesa en Corea está creciendo. Más en valor que en cantidad aún, pero 2025 fue año récord.
2. España es el líder absoluto en volumen (~92%) y en valor (~85%) . Pese a ello, el posicionamiento hasta ahora de la aceituna italiana es mejor.
3. El principal uso de la aceituna es el ingrediente en otros productos , principalmente de panadería, o como topping saludable en ensaladas o preparaciones similares.
4. La aceituna como snack aún se consume poco, aunque tiene potencial, principalmente ligado a una imagen de producto saludable y de moda.
5. Imagen de la aceituna de mesa y posicionamiento de España por desarrollar.





# PRÓXIMAMENTE: COREA

**CAMPAÑA DE PROMOCIÓN 2026: 650.000€ (ICEX/INTERACEITUNA)**

## **Objetivos generales:**

- 1) Hacer crecer la categoría.** Las aceitunas españolas representan más del 92% de las aceitunas importadas por Corea.
- 2) Mejorar el posicionamiento de la aceituna de mesa dentro de la categoría.**

## **Objetivos específicos:**

Incrementar la asociación “Aceituna = España”.

Impulsar su presencia en: Retail premium, E-commerce, Restauración de calidad

Introducir la aceituna como: Snack social y en recetas.





# PRÓXIMAMENTE: USA

## 2026: CONVOCATORIA 23 DE ABRIL (80% EU/ 20% SECTOR)

1. Se ha presentado un Programa EU para promocionar las aceitunas en Estados Unidos
2. Periodo: 36 meses, 2027- 2029
3. Presupuesto: 4.997.018€
4. Zonas geográficas: 3 estados: Miami, California y Nueva York
5. 329.463.990 impactos brutos





# PRÓXIMAMENTE: USA

Your best play comes from Europe

# “tapear”

with Olives from Spain



Tapea! Enjoy and share delicious small bites with your favorite team: Friends and Family



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Ministry of Agriculture, Fisheries and Food of Spain. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



WORLD #1 SELLER



Co-funded by the European Union

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE





**¡Muchas gracias!**

