



## RESPUESTA DEL GOBIERNO

### (184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/13385, 184/13388

19/05/2020

30675, 30678

**AUTOR/A:** MARISCAL ZABALA, Manuel (GVOX); CHAMORRO DELMO, Ricardo (GVOX)

### RESPUESTA:

El Gobierno, a través de ICEX España Exportación e Inversiones (ICEX) promociona la internacionalización de las empresas españolas. En este contexto, la gastronomía y turismo son dos palancas fundamentales que se emplean para la promoción de la exportación de nuestros alimentos y bebidas, por supuesto también del Aceite de Oliva Virgen Extra (AOVE).

A continuación se relacionan diversos instrumentos específicos de promoción internacional del oleoturismo, ya que el turismo y la experiencia oleoturística están muy presentes en las misiones inversas de importadores y de prescriptores que ICEX organiza todos los años en sus distintos programas:

- Programa de formación de Chefs Ejecutivos y Responsables de Compras de Grandes Cadenas Hoteleras: Desde 2018 se seleccionan veinticinco participantes de las principales cadenas hoteleras de lujo del mundo para que se formen en los productos de nuestra despensa; conozcan a productores españoles y nuestro país. Las empresas productoras de aceite de oliva y la cultura olivarera ha sido parte del programa desde la primera edición. Aquí un vídeo de una visita
- Misión de periodistas internacionales a Madrid Fusión: Desde 2010 ICEX invita una misión de periodistas de los principales medios gastronómicos y culinarios del mundo al Congreso Madrid Fusión. De manera complementaria se les organiza una visita para que conozcan los principales tesoros de nuestra despensa. De nuevo, el AOVE forma parte de la ruta de productos y de destinos turísticos elegidos para estos periodistas.



- Misión inversa de periodistas suizos a los principales centros de producción de aceite de oliva de Andalucía: en 2019 se organizó una misión inversa de diez periodistas especializados para que conocieran las distintas variedades de aceites. La trazabilidad y calidad del producto fueron sus principales preocupaciones. Conocieron las distintas Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) de la Región y sus técnicas productivas, visitando almazaras de Córdoba, Jaén y Sevilla.
- Misiones inversas de profesores de Escuelas Culinarias Internacionales: anualmente se organizan visitas de profesores y alumnos de las mejores escuelas culinarias del mundo a España, donde de nuevo el aceite de oliva y sus centros de promoción, forman parte de las rutas diseñadas

En definitiva, el oleoturismo es una herramienta de promoción de las exportaciones de AOVE recurrente en la agenda de actividades de ICEX. A causa de la pandemia la práctica totalidad de estas misiones se han tenido que suspender. Para mantener viva la presencia del AOVE frente a prescriptores y profesionales, se han diseñado instrumentos digitales:

- Cursos y sesiones de formación sobre gastronomía española: donde el aceite de oliva se estudia a fondo.
- Vídeorecetas y artículos sobre el AOVE en el portal [www.foodswinesfromSpain.com](http://www.foodswinesfromSpain.com), que recibe anualmente más de 300.000 visitas.

Además, el Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) también en la promoción internacional de los destinos españoles no apoyándose en productos estancos, sino perfilando según los segmentos de la población con ciertos intereses que se ajustan al modelo de desarrollo turístico y económico perseguido.

En este sentido, el oleoturismo se utiliza como palanca de atracción para turistas interesados en la cultura, la naturaleza y la gastronomía. Todo ello va unido, persiguiéndose además un turista interesado en los productos locales y la adquisición de los mismos, con lo que supone de impulso a la economía local y al trabajo de pequeñas empresas y artesanos.

Así, se incluye en la página web de TURESPAÑA, Spain.info, tanto con artículos como con experiencias concretas para el turista ya sea de catas de aceite, como de rutas y visitas.



El oleoturismo se incluye también como un elemento más en las acciones de promoción de las consejerías en el exterior, en sus acciones con el sector, la prensa y los consumidores finales. Está presente además en los videos y contenidos de las redes sociales de TURESPAÑA y su red de oficinas.

Madrid, 23 de junio de 2020