



interaceituna
organización interprofesional de la aceituna de mesa

LA ACEITUNA DE CARTA CONQUISTA EL PALADAR DE 'MUJERES QUE COMEN'

- **Las Aceitunas de Carta se convierten en la tapa de moda y pasan de la barra a la mesa**
- **Con 'La Aceituna de Carta' llamaremos a las aceitunas por su nombre: Manzanilla, Cacereña, Hojiblanca y Gordal.**
- **'La Aceituna de Carta' reivindica el valor cultural y gastronómico de uno de los productos españoles más valioso de nuestra dieta mediterránea**

Madrid, 10 de abril de 2024. La Aceituna de Mesa, con su nueva campaña 'Aceituna de Carta', ha sido la protagonista gastronómica de la reunión de mujeres más influyentes del momento: 'Mujeres Que Comen' (MQC). Se trata de una comunidad de mujeres fundada en 2014 por la periodista Estefanía Ruilope que comenzó como una cena para poner en contacto a mujeres de muy diferentes ámbitos, y se ha convertido en un foro donde intercambiar ideas, conocimientos, inquietudes, intereses empresariales o intelectuales, hacer *networking* y, sobre todo, pasar juntas un rato muy agradable.

Esa divertida y peculiar iniciativa ha tenido tal éxito que las cenas se repiten varias veces al año y en muchas hay lista de espera. MQC es el espacio donde se presentan, además, las últimas tendencias en campos tan diversos como la cultura, la salud, los negocios, la gastronomía o la estética.

Lo último de lo último está siempre sobre las mesas de Mujeres Que Comen. Por eso, las Aceitunas de Mesa y su nueva campaña 'La Aceituna de Carta', han presidido el último encuentro de MQC en la capital, donde se dan cita de forma habitual mujeres con perfiles de lo más variado, activas, curiosas, atrevidas y con ganas de comerse el mundo, dispuestas a conocer gente nueva, descubrir espacios especiales y, cómo no, probar las últimas tendencias y modas culinarias.

En esta ocasión, el lugar elegido fue Casa Felisa, el restaurante madrileño del Barrio de las Salesas (dentro del lujoso Hotel URSO) y la presentación arrancó con las palabras de María Becerra Gómez, responsable de Comunicación y Márketing de Interaceituna, la Organización Interprofesional de la Aceituna de Mesa, quien destacó la importancia de poner en valor un producto tan arraigado a nuestras tradiciones como son las aceitunas de mesa, presentes desde tiempo inmemorial en nuestra dieta y un producto que no puede faltar en las barras y cartas de los bares y restaurantes. *"En nuestro país existen más de 2,5 millones de hectáreas de olivar y somos líderes mundiales en producción y exportación de aceituna de mesa"*, reseñó. La responsable de promoción de Interaceituna también hizo especial hincapié en las propiedades nutricionales de las aceitunas de carta, *"por su contenido en ácido oleico (o grasas insaturadas) podemos decir que contribuye al*

mantenimiento del colesterol bueno, su aporte calórico es muy bajo, en torno a 150 kcal por cada 100 g y, además, son fuente de Vitamina E, por lo que contribuye a la reducción del daño oxidativo de las células, y las aceitunas negras cuentan con hierro que ayuda a disminuir el cansancio y la fatiga. Además, este alimento cuenta con un 50% de agua, por lo que nos mantiene hidratadas”, concluyó María Becerra.



UNA ACEITUNA DE CALIDAD EXTRA

Ahora, por derecho propio, la aceituna salta de la barra a la mesa para convertirse en una tapa imprescindible: la Aceituna de Carta, ese primer bocado con el que empezar una comida inolvidable. *"Pero no se llega a la mesa de los mejores restaurantes con cualquier aceituna, adelantó María Becerra, estamos hablando de aquellas de calidad extra. Para ello, se ha realizado un estudio de investigación en colaboración con AINIA en el que se ha analizado qué es una aceituna de calidad para chefs y consumidores. Los objetivos de este estudio han desvelado que el 73% de los consumidores estarían dispuestos a pagar por una aceituna de mayor calidad en la restauración. Para aprovechar esta intención de compra no satisfecha nace una nueva categoría de producto: La Aceituna de Carta. Una aceituna para los que quieren disfrutar más, y están dispuestos a pagar más por ello. Una necesidad que ahora está siendo satisfecha por otras opciones de aperitivos y entrantes y que con el desarrollo de esta campaña, con la participación de grandes cocineros y restaurantes, pretendemos hacer que la Aceituna de Carta se instale entre los gustos de los clientes de bares y restaurantes y que todo el mundo pida una tapa de aceitunas".*



ACEITUNAS DE CARTA, LLÁMALAS POR SU NOMBRE

En cada una de las mesas, Mujeres Que Comen pudieron encontrar las cuatro variedades que protagonizan la campaña Aceituna a la Carta: Manzanilla, Cacereña, Hojiblanca y Gordal. Luis Portillo, experto catador y gran divulgador, fue el encargado de explicar las características de cada una de estas variedades para, a partir de ahora, ser capaces de diferenciarlas con todos los sentidos y empezar a llamarlas por su nombre. Con esta guía magistral, las asistentes fueron probando las aceitunas y apreciando todos esos matices organolépticos que el experto recalcó: la frescura de la Manzanilla, el carácter de la Cacereña, la elegancia de la Hojiblanca, la carnosidad y sabor de la Gordal.

Además de su irresistible sabor, incluido el umami, Portillo señaló los valores nutricionales de estas joyas de nuestra gastronomía, que son muchos y muy beneficiosos. La aceituna de mesa contiene ácido oleico, vitamina E y hierro, entre otros nutrientes, y su aporte calórico es muy bajo: 25 g contienen 37 Kcal, por lo que los especialistas recomiendan el consumo diario de siete aceitunas, siete días a la semana.

LA MAGIA DEL ALIÑO

Los aliños son el secreto mejor guardado de las Aceitunas de Mesa que van a convertirse en la tapa de moda, esa que encontraremos anunciada en las cartas de los restaurantes, tabernas y vermuterías más 'in' del momento en grandes ciudades. Para esta campaña, Interaceituna cuenta con cuatro grandes cocineros que se han convertido en embajadores de la Aceituna de Mesa: Paco Roncero, uno de nuestros chefs más vanguardistas, con dos estrellas Michelin en el restaurante que lleva su nombre en Madrid; Toño Pérez, al frente de la cocina de Atrio, en Cáceres, con tres estrellas Michelin, abanderado de los alimentos de Extremadura y de la aceituna cacereña; Mario Sandoval, de Coque, con dos estrellas Michelin y los aliños de su madre siempre presentes en sus recuerdos culinarios; y Begoña Rodrigo, con una estrella Michelin en La Salita, Valencia, gran defensora de los productos vegetales y apasionada de las aceitunas.

Cada uno de los chefs ha elaborado su propio aliño para cada una de las variedades, animando a todos a probarlas en sus restaurantes y elevando la aceituna de mesa a la más alta experiencia gastronómica.

Sobre Interaceituna

INTERACEITUNA es la Organización Interprofesional de la Aceituna de Mesa, una entidad que agrupa en España a las asociaciones que representan a las diferentes ramas del sector de la aceituna de mesa, desde la producción, hasta la transformación y la comercialización (nacional y exportación). Las asociaciones que forman la Interprofesional son: ASAJA, ASEMESA, Cooperativas Agroalimentarias de España, COAG y UPA y representan a más del 93% del sector en España. Entre los fines y objetivos de INTERACEITUNA se encuentra la realización de programas de investigación i+d+i para mejorar el producto y campañas de promoción genéricas (nacionales e internacionales) que contribuyan a fomentar la información y el conocimiento sobre las aceitunas de mesa entre consumidores y profesionales, y alentar así su consumo.

www.interaceituna.com

www.aceitunasdeespaña.es

#AceitunaDeCarta

#AceitunasDeEspaña

IG. @aceitunasesp

X. @AceitunasEsp

www.facebook.com/AceitunasEsp

youtube: @AceitunasEsp