

España lidera por segundo año consecutivo las exportaciones de aceite de oliva a Japón

Hasta el año 2013, Italia ha sido el principal proveedor de aceite de oliva del mercado japonés, con una cuota general de alrededor del 47% del volumen. Sin embargo, en 2015 España ha liderado por segundo año consecutivo las exportaciones de aceite de oliva a Japón, superando al país transalpino en volumen total importado con una cantidad de 23.900 toneladas (56,6% de cuota de mercado) frente a las 15.792 italianas (37,4%), según se desprende de un informe de ICEX España Exportación e Inversiones.

Además, el estudio “El mercado del aceite de oliva en Japón”, actualizado por Adrián Domínguez Márquez, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Tokio, destaca que, por primera vez, España es líder en valor con un 46,9% del total frente a un 46,2% que suponen las exportaciones italianas.

Por otro lado, el informe subraya la “espectacular” entrada en escena de Turquía, que rápidamente sustituyó a Grecia como tercer exportador en 2014, y que, en su opinión, puede competir directamente en algunos segmentos con el aceite de oliva español por precio.

Según ICEX, el mercado japonés del aceite de oliva resulta “muy interesante” para las empresas españolas del sector, ya que el grado de dependencia de las importaciones supone el 100% del consumo.

A su juicio, teniendo en cuenta las características del sector tanto en España como en Japón, parece posible continuar mejorando la posición de los aceites españoles dentro de este mercado, y continuar con la tendencia de los últimos años.

En concreto, la percepción del aceite de oliva español por parte del mercado japonés puede definirse por el lado de los importadores como “muy buena”, ya que conocen bien las excelencias del producto. Sin embargo, no ocurre lo mismo con los consumidores finales quienes todavía no acaban de reconocer el valor de la procedencia, según el estudio.

En este sentido, el informe remarca que el consumidor japonés sigue asociando el consumo de aceite de oliva a la cocina italiana, por ello, el principal reto al que se enfrentan la Administración y las empresas españolas es el de hacer llegar el mensaje de la calidad de los aceites procedentes de España, asociando el producto con nuestro país.

Asimismo, ICEX señala que a pesar de que los productores españoles se están acomodando a los gustos japoneses el aceite de oliva español no goza aún de gran prestigio entre el público general. Al respecto, la imagen que aún impera de cara al consumidor japonés, salvo para los japoneses que cada vez más visitan nuestro país, es la de un aceite de buena calidad, pero “barato”; es decir, que no se considera un aceite de alta cocina o de calidad superior (imagen que por lo general sí ostentan las marcas de importación italianas).

Por ello, desde la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Tokio consideran que el aceite de oliva español podría beneficiarse de un aumento de la demanda japonesa durante los próximos años reanudando la promoción institucional; incrementando el esfuerzo por parte de las empresas exportadoras para elevar el tamaño y las variedades de su oferta; y continuando la tendencia de penetración de la cocina mediterránea en Japón y un mayor reconocimiento de la imagen país.

A su vez, aconseja una mejor adecuación a los gustos del consumidor japonés, así como una mejora en la presentación del producto, haciendo especial incidencia en la calidad de los envasados y los tamaños; así como impulsar las virtudes de este producto a nivel nutricional pero también en otros campos como la cosmética o la medicina.

Source: <http://www.mercacei.com/> 24/02/2016