



La preocupación por la salud impulsa las ventas de aceite de oliva en Hong Kong

La preocupación por la salud de los hongkoneses está beneficiando el consumo de aceite de oliva de forma significativa en esta región, lo que ha propiciado el crecimiento de sus ventas, según un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones.

Italia y España son los principales proveedores de aceite de oliva virgen en Hong Kong, agrupando entre ambos más del 87% del mercado por valor. En 2017, Italia ha exportado el 73% (6,4 millones de euros) del aceite de oliva virgen en valor y España el 14% (1,2 millones de euros). Otros competidores como Grecia, China, Portugal o Estados Unidos, quedan muy lejos de las cifras alcanzadas por España e Italia.

Las ventas de aceites y grasas para cocinar en Hong Kong están dominadas por los aceites vegetales y de semillas, siendo los aceites más consumidos los de colza, maíz o cacahuete.

Según este estudio, el aceite de oliva es percibido como un producto saludable y más exclusivo que el resto de aceites para cocinar. Los cuatro grandes grupos de consumidores que compran aceite de oliva son los expatriados, los chinos educados en ultramar, los chinos de clase media y alta concienciados por la salud y los turistas occidentales a través del canal Horeca.

En cuanto a la percepción del producto español, en general, el aceite de oliva español goza de una imagen de calidad en el mercado hongkonés. Sin embargo, todavía está en un segundo plano respecto al aceite de oliva italiano, que suele ocupar los lineales centrales en los supermercados y ofrece mayor variedad de tipos de aceite, marcas y tamaño de los envases. En concreto, el producto español se posiciona como una alternativa de calidad, a precios más competitivos.

En referencia a las oportunidades del sector, ICEX recalca que la creciente concienciación de los consumidores de Hong Kong por la salud representa una importante oportunidad para el aceite de oliva español, que goza de una imagen de producto saludable, ofreciendo mejores precios en un mercado saturado por productos italianos, más caros.



Por otro lado, el informe subraya que, aprovechando la imagen de producto exclusivo, la introducción de aceites de oliva condimentados, orgánicos o enriquecidos, puede representar asimismo una buena oportunidad en un mercado que cada vez acoge más productos y costumbres occidentales.

Lien article : <https://www.mercacei.com/noticia/49528/actualidad/la-preocupacion-por-la-salud-impulsa-las-ventas-de-aceite-de-oliva-en-hong-kong.html>