

El aceite de oliva gana protagonismo entre los consumidores eslovacos

Las grasas tradicionalmente utilizadas para cocinar en Eslovaquia son la mantequilla y los aceites vegetales de girasol y de colza, si bien en los últimos años los aceites de oliva han ido ganando protagonismo gracias a la influencia y al gusto por la cocina mediterránea, según destaca un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones.

De esta manera, hoy en día es frecuente encontrar multitud de referencias de aceite de oliva, aceite de oliva virgen y aceite de oliva virgen extra en los supermercados, mientras que en los puntos de venta gourmet la oferta se limita al AOVE.

Esto denota, según el informe, una diferenciación lógica y asociada a la mayor calidad y propiedades organolépticas (y, por tanto, imagen) del AOVE frente a los demás aceites de oliva. Así, de media, hay ocho referencias de aceite de oliva virgen extra por establecimiento analizado, procedentes principalmente de Italia, Grecia, España y, en menor medida, Croacia. La mayoría de ellos opta por un diseño elegante o llamativo y por envases de cristal opaco, saliéndose de la norma dos AOVEs en lata y otros dos en botella de metal.

Según los datos que recoge este estudio, desde 2013, Eslovaquia ha aumentado un 23% la cantidad importada de aceite de oliva virgen y virgen extra, hasta superar los 5,5 millones de euros en 2018.

En concreto, España, líder del mercado eslovaco de aceites de oliva vírgenes en ventas por volumen y por valor, exportó a Eslovaquia una media de 2,4 millones de euros anuales entre 2013 y 2018, y 610.000 kg., es decir, casi la mitad de las importaciones de AOV y AOVE de este país. Como en la mayoría de los países de la región, el segundo proveedor más importante de aceites de oliva es Italia (21% del valor importado en 2013-2018). El tercero sería Grecia (6 %), pues las



ventas desde República Checa y Alemania son reexportación, y estos países también tienen como proveedores de referencia a España, Italia y Grecia.

El aceite de oliva virgen extra con mejor imagen para los eslovacos es el griego, seguido del italiano y del español, tanto en precio medio de importación, como en precio medio de venta al público y en presencia en puntos de venta, a pesar de ser España el primer productor y exportador mundial.

El precio medio de importación muestra que el AOVE español está peor posicionado en Eslovaquia que el griego y el italiano, lo que apunta a que los exportadores de estos países utilizan canales de distribución más selectivos que los españoles, según el informe.

Por otro lado, subraya que la oferta de alimentos gourmet es cada vez mayor en el país, al valorarse más la calidad y la historia tras cada producto, y los sellos como las DOPs y los productos ecológicos. También es mayor el número de establecimientos en los que pueden adquirirse estos alimentos, aunque sigue habiendo menos tiendas exclusivamente de productos gourmet que en los países vecinos. A pesar de esta carencia, indica que se está produciendo una “premiumización” de la alimentación en Eslovaquia, siendo frecuente ver comida exótica y gourmet en restaurantes de gama media, mercados o foodtrucks.

Asimismo, los eslovacos cada vez buscan más las novedades en su alimentación, con lo que la gastronomía internacional es hoy en día más aceptada que nunca. Dentro de los productos gourmet, dos nichos que están ganando mucha popularidad son los productos ecológicos o BIO y la comida preparada o lista para llevar.

Lien article :

<https://www.mercacei.com/noticia/51733/actualidad/el-aceite-de-oliva-gana-protagonismo-entre-los-consumidores-eslovacos.html>

