

El aceite de oliva español se hace fuerte en Japón y China

El continente asiático, y especialmente Japón y China, es la zona del mundo donde el consumo de aceite de oliva aumenta con más fuerza. Así lo reflejan los datos recogidos por las Aduanas de ambos países en 2019, año en el que, en conjunto, importaron 121.328 toneladas de aceites de oliva, la mayor parte de ellas con origen en la Unión Europea. Estas cifras son gracias, en parte, a la labor que ha realizado en ambos países Aceites de Oliva de España a través de la campaña Olive Oil World Tour.

Japón es el primer consumidor de aceites de oliva de Asia y en 2019 adquirió 70.908 toneladas, un 29% más que en 2018, de las cuales 45.471 toneladas tenían como origen España, esto es un 35,77% más que en 2018. De este modo, los aceites con origen España alcanzan una cuota del 64,13% sobre el total de las importaciones, consolidando un liderazgo del que disfrutaban desde el año 2014. Precisamente esa cuota ha crecido más de 20 puntos en la última década

El caso de China es aún más espectacular, ya que se trata de un mercado que apenas hace dos décadas consumía poco más de 200 toneladas de aceites de oliva al año. En 2019 importó 50.420 toneladas, un 39,71% más que un año antes, con dominio total de los aceites de Europa y España a la cabeza. De hecho, alcanzó una cuota sobre el total de importaciones de cerca del 87%, con 43.855 toneladas, es decir, casi nueve de cada diez litros de aceites de oliva tienen origen nuestro país.

Las ventas de aceite de oliva en Japón y China supusieron un valor de unos los 285.000 millones de euros en 2019

Taiwán

Los últimos datos disponibles de Taiwán, referidos al periodo enero-septiembre de 2019, invitan también al optimismo. Los aceites europeos acaparan más del 96% de ese mercado. Por su parte, las importaciones de Aceites de Oliva de España crecieron en ese periodo un 26,52%, hasta situarse en las 2.091 toneladas.



Estas cifras avalan la importante apuesta que Aceites de Oliva de España y la Unión Europea ha realizado por los mercados asiáticos, que se ha concretado en una ambiciosa campaña de promoción y lanzada a principios el año 2018 y que desde el 1 de febrero encara su tercer ejercicio en Japón, China y Taiwán.

La campaña Olive Oil World Tour ha logrado en estos dos primeros años más de 7.000 millones de impactos con acciones de gran notoriedad como la presencia con amplias de campañas publicidad en los aeropuertos mayor tráfico de la zona como el Tokio, Pekín, Hong Kong o Shanghai.

Tampoco hay que olvidar otras que también han tenido un enorme impacto, como la realizada en 2019 en el centro de Tokio, en el cruce de Shibuya, con la proyección en cinco pantallas gigantes de las creatividades e campaña. A eso hay que sumar los eventos realizados para la prensa de ambos países, que han reportado una difusión a la campaña europea. Todo ello complementado por la comunicación online.

Lien de l'article : <https://www.olimerca.com/noticiadet/el-aceite-de-oliva-espanol-se-hace-fuerte-en-japon-y-china/9d8d4358778b1f2dd053af996c43b91e>