



El consumidor medio de EEUU considera el aceite de oliva una commodity y lo asocia a Italia

La mayor parte de la población estadounidense desconoce la gran diversidad de variedades, sabores y usos que ofrece el aceite de oliva. El consumidor medio de EEUU considera el aceite de oliva una commodity y lo asocia a Italia, si bien cada vez son más los que incorporan aceite de oliva a su dieta por razones de salud y por su calidad, habiéndose producido un importante aumento del consumo en la última década, según un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones.

Este organismo destaca que Estados Unidos es el primer mercado en consumo de aceite de oliva fuera de la UE-27 y se espera un consumo de más de 360.000 toneladas en 2020, un aumento de 10.000 toneladas frente a 2019. Este dato supone cerca del 12% del consumo mundial de aceite de oliva, sólo por detrás de la UE.

El consumo estadounidense de aceite de oliva ha ido creciendo paulatinamente en la última década, con un incremento del 25,77%. Se calcula que el consumo de aceite de oliva tiene una penetración en los hogares estadounidenses que oscila el 40%, si bien se espera que este número haya aumentado gracias al COVID-19.

Los principales factores que han impulsado el progresivo crecimiento de la demanda de aceite de oliva en Estados Unidos son, según el estudio, la percepción de beneficios para la salud asociados al aceite de oliva como parte fundamental de la Dieta Mediterránea; proliferación de la cultura culinaria, inspirada en platos mediterráneos y de alimentación gourmet entre la población estadounidense; y la continua e importante avalancha de recetas de chefs en donde prescriben usar aceite de oliva virgen extra.



El consumo de aceite de oliva en Estados Unidos se concentra principalmente a lo largo de la Costa Este, particularmente en los Estados del noreste, lo cual es reflejo, por una parte, de la tradicional inmigración italiana y, por otro, de la mayor densidad de población. Asimismo, mientras que más de dos tercios de los estadounidenses usan el aceite de oliva de la misma manera que usan el aceite vegetal (particularmente los encuestados más jóvenes), los más adultos no lo usan para "freír" o "hornear", sino que lo utilizan como un ingrediente más gourmet.

El estudio señala que, según la consultora Rose Partners, existen ciertos patrones que comparten los consumidores de aceite de oliva en Estados Unidos. Aquellos que consumen aceite de oliva más de una vez por semana suelen tener entre 18 y 34 años e ingresos superiores a los 100.000 dólares anuales. Son personas casadas o en pareja, con empleo a tiempo completo y cuyas unidades familiares cuentan con más de tres personas. Destaca que es gente activa en redes sociales. Por el contrario, el perfil que consume aceite de oliva una o menos de una vez por semana suele tener más de 55 años y con ingresos iguales o inferiores a 55.000 dólares anuales. Son personas desempleadas cuyas unidades familiares cuentan con una o dos personas. Este perfil invierte menos tiempo en redes sociales.

ICEX precisa que Estados Unidos es un mercado de importación, ya que produce muy poco aceite. En 2019 las importaciones ascendieron a 339.000 toneladas, con un valor en aduanas de 1.265 millones de dólares. El mercado está dominado por el aceite de oliva virgen extra, que representa una media de más de tres cuartos de las importaciones.

Desde 2016 España es el proveedor líder de Estados Unidos en volumen; en valor, está ligeramente por detrás de Italia. Esto se debe, según el estudio, a que España es fuerte en la exportación de aceite a granel y más débil en la exportación de aceite embotellado, segmento que lidera Italia.





En cuanto a los precios, destaca la drástica caída en 2019 debido “a la especulación, las inesperadas altas cosechas de importantes países productores y la imposición del arancel ad valorem del 25%”.

En cuanto a la distribución, se reparte entre el canal minorista y Horeca. Para comercializar aceite, según ICEX, es importante investigar el mercado y desarrollar una estrategia que responda al segmento elegido, las empresas españolas suelen jugar con una estrategia de marca mixta (fabricante y distribuidor).

La comercialización depende no solo del producto, sino de todo lo que lo acompaña: marca, posicionamiento, equipo humano y su motivación, logística, etc.

Pese al COVID-19, las importaciones de aceite de oliva en Estados Unidos en el periodo comprendido entre enero y julio de 2020 en comparación al mismo periodo 2019 han aumentado en volumen (48.000 toneladas más) y en valor (17,87 millones de dólares). No obstante, España ha visto reducidas sus cifras tanto en volumen como en valor a favor de países como Italia y Túnez debido a la aplicación del arancel del 25% impuesto como consecuencia de la disputa Boeing-Airbus.

Tendencias

Este estudio señala que el mercado de aceite de oliva en Estados Unidos es un mercado en expansión, impulsado por tendencias favorables (ascenso de la comida saludable y una mayor educación de los consumidores), pero en el que todavía hay potencial inexplorado.

La crisis del COVID-19 ha supuesto un reto, complicando las rutas comerciales y afectando a los costes de transporte. Asimismo, la caída de los precios internacionales y la guerra comercial entre la UE y Estados Unidos ha afectado muy negativamente a los exportadores españoles.



المملكة المغربية
Royaume du Maroc



وزارة الفلاحة والصيد البحري
والتنمية القروية والمياه والغابات
Ministère de l'Agriculture, de la Pêche Maritime,
du Développement Rural et des Eaux et Forêts

Según ICEX, el cambio de administración y el fallo de la Organización Mundial de Comercio (OMC) que permite a la Comisión Europea establecer aranceles para productos americanos abren la puerta a nuevas negociaciones para revertir el arancel del 25% que está penalizando al aceite español.

A medio plazo y cuando estos problemas se resuelvan, el aceite español, a su juicio, debe aprovechar la expansión del mercado, por lo que “es necesaria una gran labor de educación del consumidor americano medio, que desconoce la calidad y variedad del aceite de oliva español”.

Lien rapport :

<https://www.mercacei.com/noticia/53861/actualidad/el-consumidor-medio-de-eeuu-considera-el-aceite-de-oliva-una-commodity-y-lo-asocia-a-italia.html>

