



## Article 1

# Punto de inflexión en el consumo de AOVE: sube un 18,8% en 2020

El año 2020 ha supuesto un punto de inflexión para el aceite de oliva virgen extra, ya que cierra con el crecimiento más alto de la categoría (+18,8%, hasta 164,3 millones de litros). Además, los hogares españoles gastaron un 11,4% más en la compra de este producto (575,6 millones de euros), según se desprende del Informe de Consumo Alimentario en España 2020, presentado hoy por el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas.

Con una participación en volumen de un 26,8% es el tercer tipo de aceite más consumido en los hogares y el segundo de los aceites de oliva.

Este estudio precisa que el precio medio de este tipo de aceite se contrajo un 6,2%, cerrando en 3,50 euros/litro, si bien a pesar de esta reducción, sigue siendo el tipo de aceite que mantiene el precio medio más alto en relación con la categoría, exactamente un 48,1% superior a la media.

El consumo per cápita de AOVE a cierre de año 2020 fue de 3,55 litros/persona/año, una cantidad superior en 18,5 puntos porcentuales en relación con la cantidad ingerida en el año 2019.

El canal que cuenta que con mayor proporción de volumen para la compra de este producto es supermercado y autoservicio, con el 43,7% del volumen, que aumenta un 17,6% respecto al año anterior. También registra una buena variación el hipermercado y la tienda descuento (15,3% y 20,1%, respectivamente), siendo su proporción sobre el total del 33,3% y 7,9%, respectivamente.



En 2020, el perfil de hogar consumidor de aceite de oliva virgen extra se corresponde con un hogar formado por parejas con hijos mayores y medianos, parejas adultas sin hijos o retirados. Son normalmente de clase socioeconómica alta y media alta o media, cuyo responsable de compra supera los 50 años.

Andalucía, La Rioja, Navarra, País Vasco, Cantabria o la Comunidad de Madrid son las regiones con un perfil más intensivo en la compra de aceite de oliva virgen extra; mientras que las compras son menores en el Archipiélago Canario, la Región de Murcia y Baleares, entre otros.

### **Aceite de oliva virgen**

Por su parte, con una participación en volumen sobre la categoría del 5,6%, el estudio del MAPA indica que se produce un aumento en la demanda del aceite de oliva virgen del 5,9% respecto a 2019, si bien este tipo de aceite es el que menor crecimiento registra durante el año 2020. De hecho, su valor, cierra en negativo, con una caída del 3,6% que proviene de la fuerte contracción que registra el precio medio con un descenso de 9 puntos porcentuales respecto al año anterior, lo que le lleva a cerrar en 2,87 euros/litro, el equivalente a pagar 0,28 euros menos por litro que hace un año. El consumo por persona y año es de 0,75 litros, una cantidad un 5,7% mayor en comparación con el mismo periodo del año anterior.

En 2020 el canal con mayor proporción de compras dentro del aceite de oliva virgen fue el supermercado y autoservicio, con el 55,6% de las mismas, y una variación positiva de ocho puntos con respecto al año anterior.

Asimismo, 1 de cada 4 litros de AOV se comercializa en el hipermercado, perdiendo el 5% del volumen respecto a 2019. El informe destaca el incremento por parte de la tienda descuento y del comercio electrónico (7,0% y 50,8%, respectivamente).



El perfil intensivo en la compra de aceite de oliva virgen se corresponde con un hogar de clase socioeconómica media, cuyo responsable de las compras es mayor de 50 años. De hecho, este colectivo es quien realiza un consumo per cápita superior al promedio nacional, especialmente destacado para los mayores de 65 años (1,3 litros por persona y año).

A nivel regional, Cataluña, Baleares, Comunidad Valenciana, País Vasco y Andalucía son las Comunidades más intensivas en la compra (en volumen) de aceite de oliva virgen. Ahora bien, de entre estas destacan como los individuos más intensivos en términos de consumo per cápita los cántabros y los ciudadanos navarros, con un consumo medio que supera el litro por persona, muy superior a al valor de España, que es de 0,75 litros por persona.

### **Aceite de oliva**

Con el 34,9% del volumen total, el aceite de oliva es el tipo de aceite más consumido por los hogares. Durante el año 2020, su consumo crece por encima del promedio de la categoría (+15,6%). En valor, los hogares gastaron un 3,2% más en este tipo de aceite y el precio medio cierra en 2,53 euros/litro, lo que supone una contracción del 10,8% respecto al precio medio del año anterior.

El gasto realizado por persona y año se intensifica en un 2,9%, cerrando en 11,70 euros por persona y año, trasladado en términos de volumen a una ingesta media realizada por persona y año de 4,63 litros, habiéndose intensificado con respecto al año anterior en un 15,4%.

Según el informe del Ministerio, supermercados y autoservicios son los canales más importantes para la adquisición de aceite de oliva durante el pasado año. Prácticamente 1 de cada 2 litros de aceite se compran en dichas superficies, su variación en volumen es creciente (13,1%). Más



destacado es el crecimiento en volumen que registra la tienda descuento (15,6%), si bien su participación sobre el total aún no alcanza el 15,0%. La tienda tradicional, es el único canal que pierde importancia en el segmento (7,3%), siendo su peso minoritario para la categoría.

El canal e-commerce tiene un peso destacado dentro de este tipo de aceite con el 4,2% (el peso del canal para la categoría de aceite es del 3,4%) con una evolución notable del 67,6% del volumen con respecto al año 2019.

El perfil intensivo en la compra de aceite de oliva es un hogar formado por parejas con hijos mayores o medianos, parejas adultas sin hijos o retirados, aquellos que realizan una compra superior a la cabría esperar según su peso poblacional. Con relación al consumo per cápita que se realiza, los hogares formados por retirados son aquellos que mantienen la proporción más alta, 8,3 litros por persona y año.

Lien article :

<https://www.mercacei.com/noticia/54758/actualidad/punto-de-inflexion-en-el-consumo-de-aove:-sube-un-188-en-2020.html>





## **Article 2**

# **El consumo doméstico de aceitunas se intensifica en 2020 y crece un 18,5%**

La compra de aceitunas por parte de los hogares españoles creció de forma destacada durante el año 2020 (+18,5%, hasta 132,7 millones de kilos) con un incremento que supera el promedio del total alimentación (11,2%). En valor, la categoría alcanzó un 19,2% extra de facturación con respecto al año 2019, hasta 395,9 millones de euros, según se desprende del Informe de Consumo Alimentario en España 2020, publicado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Durante el año 2020, el consumo medio realizado por persona y año de aceitunas se intensificó en una proporción del 18,2%, siendo la ingesta media aproximada de 2,87 kilos por persona. El gasto medio realizado por persona y año también se incrementó durante los últimos doce meses, concretamente en una proporción del 18,9 %, siendo el gasto per cápita de 8,56 euros.

Del presupuesto anual para la compra de alimentación y bebidas, los hogares destinan el 0,50% a la compra de estos productos.

Según este informe, si se analiza la evolución a largo plazo, contando con la excepcionalidad del año 2020, debido a la situación provocada por la pandemia causada por el COVID-19, la tendencia desde el año 2008 y con datos a cierre de 2020 es positiva con un incremento en volumen del 26%.

El ejercicio 2020 fue excepcional en todos los sentidos debido a la crisis sanitaria y a lo largo del año la compra de aceitunas creció de





forma exponencial y destacada, especialmente durante el segundo trimestre. La evolución para la categoría se mantuvo en positivo gran parte del año (salvo en enero), alcanzando su pico más alto en el mes de abril (45,6%). No obstante, en el tercer trimestre, en el que la movilidad geográfica estuvo más permitida, los datos fueron más parejos al año 2019.

Dentro del segmento de aceitunas, a cierre del año 2020, la parte mayoritaria la sigue ocupando la aceituna envasada rellena con el 40,5%, si bien su crecimiento es significativo (+15,5%), no crece al ritmo que lo hace la categoría (18,5%). El segundo tipo de aceituna por orden de importancia se corresponde con la aceituna envasada con hueso, cuya cuota de mercado fue del 28,3% en volumen y su crecimiento fue del 34,1%. Este tipo de aceituna es sin duda, aquella que más han buscado los hogares este año, pues su ritmo de crecimiento supera tanto en volumen como en valor el crecimiento promedio del sector.

En cuanto al consumo per cápita de los tipos de aceituna, la más consumida fue la envasada rellena con 1,16 kilos por persona y año, con un aumento de 0,15 kilos (+15,2%) respecto al año anterior; si bien, el incremento de la aceituna envasada con hueso fue superior (0,20 kilos por persona y año), pese a que actualmente ingerimos en promedio menos cantidad de este tipo de aceituna.

Por su parte, supermercados y autoservicios fueron las superficies favoritas para la compra de estos productos con el 53,9% del volumen de la categoría y un crecimiento a cierre de 2020 del 18,2%. A su vez, la tienda descuento fue el canal dinámico que cuenta con la mejor evolución (25,1%) y su participación actual es del 17%; mientras que el canal e-commerce registró el mejor crecimiento del año 2020 (49,5%), si bien tan solo representó el 2,2% de las compras totales de aceitunas.





El precio medio de las aceitunas se mantuvo estable durante el año 2020 (0,6%), teniendo en cuenta que el precio medio de la alimentación creció un 2,7%.

El informe del MAPA detalla que quienes tienen un consumo superior al promedio son hogares formados por jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y retirados. De hecho, son estos últimos, aquellos que registran el mayor consumo por persona y año, con una ingesta de 4,30 kilos (un 49,8% superior al promedio nacional). Son las parejas con hijos pequeños, aquellos que tienen el consumo per cápita más bajo, cerrando 2020 con 1,60 kilos por persona y año.

El perfil intensivo en la compra de aceitunas, si se tiene en cuenta la edad, se concentra en hogares de 50-64 años y mayores de 65 años especialmente, pues en ambos casos superan su porcentaje de compras respecto al peso que representan en población.

Los individuos de clase socioeconómica alta y media alta fueron quienes tuvieron el consumo per cápita más alto de este producto con una ingesta un 25% superior a la media, en peso son 0,71 kilos más por persona al año.

Sobre la Comunidad Autónoma más intensiva en la compra de aceitunas durante el año 2020, destacan Cataluña, Baleares y Aragón puesto que su distribución del volumen es más alta en proporción al peso poblacional durante ese año. Es decir, compran más kilos de aceitunas de lo que cabría esperar en base a lo que representan en hogares. Del lado contrario, se encuentran Extremadura y Galicia.

Lien article :

<https://www.mercacei.com/noticia/54761/actualidad/el-consumo-domestico-de-aceitunas-se-intensifica-en-2020-y-crece-un-185.html>

