

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Haya

Notas Sectoriales

El mercado de aceite de oliva en Países Bajos

ICEX

El mercado de aceite de oliva en Países Bajos

Esta nota ha sido realizada por Patricia Valiente García,
bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Haya.

Febrero 2012

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICIÓN DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	7
2. Partidas arancelarias	8
II. OFERTA	10
1. Tamaño del mercado	10
2. Producción local	14
3. Importaciones	16
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	25
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	28
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	32
VI. DISTRIBUCIÓN	33
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	36
VIII. ANEXOS	37
1. Empresas	37
2. Publicaciones del sector	40
3. Asociaciones	41
4. Otras direcciones de interés	42

CONCLUSIONES

A lo largo de la presente nota sectorial se analiza el sector del aceite de oliva y su potencial de crecimiento en Países Bajos.

El sector de las grasas y aceites comestibles en Países Bajos ha estado tradicionalmente dominado por las ventas de mantequilla, margarina y otros aceites vegetales. Durante los últimos años el consumo de aceites vegetales se está viendo incrementado debido al cambio en los hábitos alimentarios de los consumidores neerlandeses, cada vez más preocupados por la salud y concienciados de la importancia de mantener una dieta sana y saludable baja en grasas. Los principales aceites vegetales consumidos en el mercado neerlandés son los de girasol, y palma, siendo este último, que tiene aplicación industrial, el producto líder del mercado.

Italia es tradicionalmente el país líder exportador de aceite de oliva a Países Bajos seguido de España. El aceite de oliva de origen italiano entró antes que el español en el mercado neerlandés y la competencia es elevada, es el que mayor presencia tiene en supermercados y tiendas delicatessen y la mayoría de los consumidores identifican a Italia como el país productor de aceite de oliva.

A pesar de que los consumidores están cada vez mejor informados de las cualidades del aceite de oliva, es esencial, desde la perspectiva del exportador español, no sólo informar de las excelentes características y tradición del aceite de oliva español, sino también ofrecer estos productos a un precio altamente atractivo, que pueda competir con los aceites italianos y griegos entre otros.

Las marcas blancas o de distribuidor gozan de gran popularidad entre los consumidores neerlandeses. Por ello, la mayoría de las cadenas de supermercados comercializan el aceite de oliva bajo su propia marca. Esta confianza en la marca blanca representa una amenaza para el producto de marca de origen español, ya que la marca del distribuidor se ofrece a un precio más económico. El principal formato de comercialización del aceite de oliva es a través de envases de cristal con un volumen de 250 ml, 500 ml, 750 ml y 1 litro, siendo el formato de 500 ml el más común.

El mercado neerlandés ofrece grandes posibilidades de segmentación, ya que los consumidores aprecian la diversidad de sabores. Los lineales de los supermercados neerlandeses ofrecen una amplia variedad de aceites para cocinar, salsas y aliños para ensaladas y los mismos supermercados segmentan su propia marca de aceite de oliva en función del origen y sabor.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

El exportador español puede diferenciarse a través de la oferta de aceites novedosos en sabores, diseño, combinaciones de producto, etc. Por ejemplo, algunos exportadores italianos han apostado por comercializar un “combi” de aceite de oliva con aceto, otras marcas comercializan sus aceites con sabores a limón, ajo, hierbas provenzales, trufas, etc., lo cual resulta exitoso dentro del mercado neerlandés.

El aceite de oliva está ganando popularidad en el canal HORECA, puesto que muchos chefs están incorporando su uso para la elaboración de sus platos. Por lo general, estos restaurantes van dirigidos a un nicho de mercado específico con un alto poder adquisitivo.

Por último, cabe resaltar que Países Bajos es un mercado altamente saturado y competitivo, no solo en aceite de oliva sino en general, ya que los consumidores disfrutan de una amplia gama de productos ofertados y el país tiene una población y dimensiones reducidas.

The image shows the logo for ICEX, which consists of the letters 'ICEX' in a bold, sans-serif font. The logo is centered within a large, light gray rectangular border that has a thin, double-line effect.

I . DEFINICIÓN DEL SECTOR

A lo largo de la presente nota sectorial se pretende aportar una visión general del mercado del aceite de oliva en Países Bajos, en términos cuantitativos y cualitativos. Se explicarán las principales tendencias de consumo y distribución que apoyarán la creciente evolución de las importaciones de aceite de oliva de origen español.

Para elaborar este informe, se han consultado diversas fuentes de información como son Eumonitor, CBI (Centro para la Promoción de las Importaciones de los Países en desarrollo), fuentes estadísticas de la Oficina Central de Estadística de los Países Bajos (CBS) y de EUROSTACOM, y publicaciones del Consejo Oleícola Internacional referentes al consumo de aceite de oliva. Esto debe ser tenido en cuenta ante una posible variación de los resultados. Además, se han consultado revistas especializadas como “Food Magazine” y “Distribution”. Así mismo, se ha recurrido a información publicada por:

- La asociación de Exportadores de Aceite de Oliva español.
- NOFOTA, asociación de Exportadores neerlandeses de grasas y aceites.
- MVO, *product board* de margarinas, grasas y aceites en Países Bajos.
- AcNielsen.
- ICE, Instituto Italiano de Comercio Exterior.

Por último, se ha realizado investigaciones de campo en las principales cadenas de supermercados y puntos de comercialización del aceite de oliva así como entrevistas con los responsables de la comercialización de las marcas españolas más relevantes.

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

El organismo que actualmente sirve de referencia en lo que concierne a la descripción y la calidad del aceite de oliva para su comercialización es el Consejo Oleícola Internacional. Sus standards, adoptados durante el 74 congreso del COI el 6 de junio de 1996, son reconocidos por la mayor parte de las asociaciones nacionales e internacionales del sector.

La presente nota tiene como objeto el estudio del aceite de oliva en tres de sus presentaciones aptas para el consumo humano según los standards del COI: aceite de oliva, aceite de oliva virgen y virgen extra. El término “virgen” indica que el aceite se ha obtenido directamente del fruto del olivo por procedimientos mecánicos (lavado, molturación, centrifugado o presión, decantación y/o filtración) y no ha recibido tratamiento posterior. El aceite se denomina *aceite de oliva virgen* cuando tiene una acidez menor a 2 grados. Si la acidez es menor a 0,8º, se clasifica como *aceite de oliva virgen extra*, de categoría superior. Si, por el contrario, el grado de acidez es demasiado alto (igual o superior a 3 grados), se considera como *aceite de oliva lampante*, no apto para el consumo humano. Tras el refinado, el aceite de oliva lampante se convierte en aceite de *oliva refinado*, que debe ser mezclado con aceites vírgenes para obtener sabor y color. Esta mezcla es la que se comercializa con el nombre de *aceite de oliva* y tiene una acidez máxima de 1,5 grados. Durante el proceso de elaboración del aceite de oliva se obtiene una pasta llamada orujo, a partir de la cual se produce el *aceite de orujo de oliva* que se puede sub-clasificar también en diferentes tipos en función de su pureza.

En la siguiente tabla se diferencian los tipos de aceites anteriormente descritos en función de los canales de comercialización.

Aceites de oliva autorizados para venta al por menor	Aceites de oliva autorizados solo en ventas al por mayor
Aceite de oliva virgen extra	Aceite de oliva lampante
Aceite de oliva virgen	Aceite de oliva refinado
Aceite de oliva	Aceite de orujo de oliva crudo
Aceite de orujo de oliva	Aceite de orujo de oliva refinado

Fuente: www.internationaloliveoil.com

2. PARTIDAS ARANCELARIAS

La clasificación arancelaria TARIC incluye las "Grasas y aceites animales o vegetales" en su capítulo 15. Dicho capítulo se encuentra desglosado de la siguiente forma:

15.01 GRASA DE CERDO, INCLUIDA LA MANTECA DE CERDO, Y GRASA DE AVE (EXCEPTO LAS DE LAS PARTIDAS 0209 Ó 1503)

15.02 GRASA DE ANIMALES DE LAS ESPECIES BOVINA, OVINA O CAPRINA (EXCEPTO LAS DE LA PARTIDA 1503)

15.03 ESTEARINA SOLAR, ACEITE DE MANTECA DE CERDO, OLEOESTEARINA, OLEOMARGARINA Y ACEITE DE SEBO, SIN EMULSIONAR, MEZCLAR NI PREPARAR DE OTRO MODO

15.04 GRASAS Y ACEITES, Y SUS FRACCIONES, DE PESCADO O DE MAMÍFEROS MARINOS, INCLUSO REFINADOS, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE

15.05 GRASA DE LANA Y SUSTANCIAS GRASAS DERIVADAS, INCLUIDA LA LANOLINA

15.06 LAS DEMÁS GRASAS Y ACEITES ANIMALES, Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADOS, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE

15.07 ACEITE DE SOJA (SOYA) Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE

15.08 ACEITE DE CACAHUETE (CACAHUETE, MANÍ) Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE

15.09 ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE

15.10 LOS DEMÁS ACEITES Y SUS FRACCIONES OBTENIDOS EXCLUSIVAMENTE DE LA ACEITUNA, INCLUSO REFINADOS, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE, Y MEZCLAS DE ESTOS ACEITES O FRACCIONES CON LOS ACEITES O FRACCIONES DE LA PARTIDA 1509

15.11 ACEITE DE PALMA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE

15.12 ACEITES DE GIRASOL, CÁRTAMO O ALGODÓN, Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADOS, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE

15.13 ACEITES DE COCO (DE COPRA), DE ALMENDRA DE PALMA O DE BABASÚ, Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADOS, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE

15.14 ACEITES DE NABO (DE NABINA), COLZA O MOSTAZA, Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADOS, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE

15.15 LAS DEMÁS GRASAS Y ACEITES VEGETALES FIJOS, INCLUIDO EL ACEITE DE JOJOBA, Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADOS, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE

15.16 GRASAS Y ACEITES, ANIMALES O VEGETALES, Y SUS FRACCIONES, PARCIAL O TOTALMENTE HIDROGENADOS, INTERESTERIFICADOS, REESTERIFICADOS O ELAIDINIZADOS, INCLUSO REFINADOS, PERO SIN PREPARAR DE OTRO MODO

15.17 " MARGARINA; MEZCLAS O PREPARACIONES ALIMENTICIAS DE GRASAS O ACEITES, ANIMALES O VEGETALES, O DE FRACCIONES DE DIFERENTES GRASAS O ACEITES DE ESTE CAPÍTULO (EXCEPTO LAS GRASAS Y ACEITES ALIMENTICIOS Y SUS FRACCIONES DE LA PARTIDA 1516)"

15.18 GRASAS Y ACEITES, ANIMALES O VEGETALES, Y SUS FRACCIONES, COCIDOS, OXIDADOS, DESHIDRATADOS, SULFURADOS, SOPLADOS, POLIMERIZADOS POR CALOR EN VACÍO O ATMÓSFERA INERTE

15.20 " GLICEROL EN BRUTO; AGUAS Y LEJÍAS GLICERINOSAS"

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

15.21 CERAS VEGETALES (EXCEPTO LOS TRIGLICÉRIDOS), CERA DE ABEJAS O DE OTROS INSECTOS Y ESPERMA DE BALLENA O DE OTROS CETÁCEOS (ESPERMACETI) INCLUSO REFINADAS O COLOREADAS

15.22 " DEGRÁS; RESIDUOS PROCEDENTES DEL TRATAMIENTO DE GRASAS O CERAS, ANIMALES O VEGETALES"

Las partidas objeto de estudio de esta nota serán las siguientes:

15.09.10 ACEITE DE OLIVA VIRGEN, SIN TRATAR

15.09.10.10 ACEITE DE OLIVA LAMPANTE

15.09.10.90 ACEITE DE OLIVA VIRGEN (EXCEPTO LAMPANTE)

15.09.90.00 ACEITE DE OLIVA VIRGEN, REFINADO

En ellas, se exige que el aceite proceda exclusivamente de la oliva, excluyendo, de este modo, mezclas con aceite de otra naturaleza, además, se exige que no esté químicamente modificado.

Se realizará también un breve análisis de las siguientes partidas del sector de grasas y aceites por tratarse de productos sustitutivos del aceite de oliva que además tienen una demanda significativa en Países Bajos.

15.11 ACEITE DE PALMA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE

15.12 ACEITES DE GIRASOL, CÁRTAMO O ALGODÓN, Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADOS, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE

15.17 " MARGARINA; MEZCLAS O PREPARACIONES ALIMENTICIAS DE GRASAS O ACEITES, ANIMALES O VEGETALES, O DE FRACCIONES DE DIFERENTES GRASAS O ACEITES DE ESTE CAPÍTULO (EXCEPTO LAS GRASAS Y ACEITES ALIMENTICIOS Y SUS FRACCIONES DE LA PARTIDA 1516)"

Las partidas que recoge el grupo *15.10* representan el aceite de *orujo* de oliva y sus mezclas. Dado que esta nota sectorial se centra en el análisis del aceite de oliva, se excluye la partida 15.10 como objeto de estudio.

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

TAMAÑO DEL MERCADO DE ACEITES Y GRASAS DE LOS PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA

Países	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Var 06/11
Alemania	2.733,9	3.014,0	3.080,8	2.952,8	3.048,0	3.042,2	10,13
Francia	2.349,5	2.395,3	2.369,0	2.297,2	2.230,9	2.183,3	-7,61
Italia	2.237,2	2.225,7	2.305,0	2.200,4	2.058,6	2.094,2	-6,83
Reino Unido	1.858,2	1.951,9	1.866,6	1.678,7	1.770,3	1.862,7	0,24
España	1.781,9	1.845,9	1.932,5	1.723,5	1.693,0	1.681,4	-5,98
Polonia	1.071,5	1.169,9	1.333,8	1.112,3	1.253,5	1.261,6	15,07
Países Bajos	532,3	545,7	565,4	584,0	598,3	609,5	12,67
Suecia	440,3	452,4	450,1	419,6	464,0	507,0	13,16
Bélgica	468,5	479,8	491,8	485,5	482,6	481,4	2,68
Grecia	444,6	460,5	464,9	422,8	408,7	399,0	-11,43
Portugal	413,1	426,1	460,3	423,9	403,9	392,4	-5,28
República Checa	299,1	307,0	368,3	339,1	362,0	388,1	22,93
Rumanía	292,3	450,2	465,0	303,5	335,9	375,7	22,20
Austria	326,0	332,2	337,0	348,4	360,0	375,3	13,14
Dinamarca	319,1	328,5	345,2	347,8	354,6	359,1	11,14
Finlandia	263,9	266,9	287,5	293,3	293,7	310,1	14,90
Hungría	260,9	288,0	308,2	286,7	304,3	303,7	14,09
Eslovaquia	163,0	189,8	191,6	182,4	181,9	187,3	12,97
Irlanda	175,2	181,9	185,0	186,1	180,2	173,6	-0,92
Bulgaria	130,2	134,0	178,2	166,6	155,4	153,0	14,90
Lituania	85,7	93,1	101,9	95,9	89,9	104,7	18,15

Fuente: Euromonitor 2012

Unidad: Millones de euros

El mercado de los aceites y las grasas en Países Bajos alcanza según los últimos datos de Euromonitor, los 609 millones de euros, con un consumo anual de 195.000 toneladas. Se trata del séptimo país de la Unión Europea con mayor tamaño de este mercado, a pesar de que cuenta con una población aproximada de 17 millones de habitantes.

Entre 2006 y 2011 el sector ha experimentado un crecimiento del 12,67% mientras que en otros países como Francia, Italia, Reino Unido y España el mercado ha decrecido. A pesar de ello, el crecimiento se ha ralentizado en el último año debido al progresivo cambio del comportamiento del consumidor, cada vez más concienciado de la importancia de la alimentación en la salud. Esto ha provocado un incremento en la demanda de productos más saludables, como el aceite de oliva o las margarinas con vitaminas, bajas en grasas o con propiedades para reducir el colesterol.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

Gasto anual de los consumidores en aceites y otras grasas

País	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Var 06/11
EU	27.041,0	27.916,7	29.350,2	28.265,2	29.482,0	29.547,7	8,48
Italia	7.050,8	6.990,5	6.549,5	6.038,8	6.844,8	7.037,0	-0,20
Alemania	3.324,8	3.630,6	4.164,8	3.745,3	4.041,9	4.074,4	18,40
Francia	3.345,3	3.316,6	3.584,5	3.426,2	3.384,5	3.411,0	1,93
Grecia	2.365,3	2.606,5	2.879,0	2.990,0	2.712,9	2.461,5	3,91
Polonia	1.676,4	1.775,8	1.952,7	2.041,5	2.148,9	2.297,0	27,02
Reino Unido	1.509,1	1.596,1	1.747,7	1.712,2	2.000,4	1.906,3	20,84
España	2.292,3	2.261,9	2.178,4	1.898,5	1.852,3	1.814,1	-26,36
Rumania	755,2	791,4	882,9	1.051,0	1.123,0	1.150,3	34,35
Portugal	787,9	763,0	784,9	746,3	791,1	778,4	-1,22
República Checa	445,2	484,4	541,5	522,0	521,5	520,0	14,38
Austria	451,7	472,7	497,3	493,2	506,8	509,5	11,34
Bélgica	432,6	450,4	470,9	538,6	476,0	469,1	7,78
Suecia	420,6	426,7	439,7	440,2	456,1	463,7	9,29
Países Bajos	378,8	407,4	432,1	431,5	443,3	443,5	14,59
Dinamarca	294,1	312,0	364,6	364,8	380,4	382,5	23,11
Eslovaquia	270,2	286,5	350,6	350,1	338,2	344,1	21,48
Hungría	316,4	333,2	334,6	322,7	333,9	342,7	7,67
Bulgaria	174,9	206,7	275,3	264,6	256,6	262,8	33,45
Finlandia	212,5	220,5	261,6	258,9	252,3	256,7	17,22
Irlanda	195,9	205,0	219,7	248,5	244,3	234,4	16,42
Lituania	155,6	175,6	198,9	148,6	140,6	148,1	-5,06
Eslovenia	78,5	87,3	101,6	105,5	97,3	95,4	17,71
Latvia	61,3	67,0	81,1	73,0	71,1	77,7	21,11
Estonia	45,8	48,8	56,4	53,2	63,7	67,6	32,25

Fuente: Euromonitor 2012

Unidad: Millones de euros

El gasto anual de los consumidores neerlandeses en productos de esta categoría es de 443 millones de euros, un 14,59% más que en 2006, sin embargo en los dos últimos años se encuentra estancado. Este factor se explica fundamentalmente por el efecto de la crisis económica en los precios que apenas han aumentado o incluso han disminuido.

VOLUMEN DE VENTAS DE LA CATEGORÍA EN PAÍSES BAJOS

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Var 06/11
Mantequilla	11,8	12,3	12,7	13,0	13,3	13,7	16,10
Grasas para cocinar	12,1	11,9	11,7	11,5	11,3	11,1	-8,26
Margarina	73,4	72,3	70,8	69,4	68,3	67,7	-7,77
Aceite de Oliva	5,0	5,2	5,5	5,7	6,0	6,4	28,00
Aceites y grasas para untar	56,8	56,1	56,3	56,5	56,6	56,1	-1,23
Aceites vegetales	45,0	10,6	12,0	42,2	14,8	40,2	-10,67
TOTAL	204,1	202,2	200,2	198,2	196,7	195,1	-4,41

Fuente: Euromonitor 2012

Unidad: Miles de toneladas

El mercado de las grasas y aceites en Países Bajos es maduro y el volumen de ventas también ha ido decreciendo durante los últimos años. En 2011 se vendieron 195 mil toneladas de grasas y aceites en Países Bajos, un 0,5% menos que el año anterior. En total, desde 2006 el volumen de ventas del sector se ha reducido un 4,41%. Las categorías que más sufren son los aceites vegetales (-10,67%) excluido el de oliva, las grasas para cocinar (-8,26%) y las margarinas (-7,77%). Esta tendencia se explica por la creciente preocupación de los consumidores neerlandeses por mantener una alimentación sana y saludable. El Gobierno del país

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

a llevado a cabo varias campañas de concienciación y el consumo de grasas y otros productos menos saludables se ha visto resentido.

El aceite vegetal más consumido es el de palma (713.000 toneladas en 2011), seguido del de girasol (105.000 toneladas en 2011).

El consumo de aceite de oliva en Países Bajos continúa siendo bajo en comparación con el del resto de los productos del sector, sin embargo, sigue aumentando sus ventas cada año. En 2011 se vendieron 6.400 toneladas, 400 más que en 2010. Desde 2006 se ha incrementado un 28% siendo la categoría que más crece del mercado seguida de la mantequilla (16,10%). Los fabricantes de aceite de oliva continúan centrando sus esfuerzos en promoverlo como una alternativa para cocinar de forma más saludable. El consumo per cápita en Países Bajos sigue siendo menor que en otros países europeos por lo que su margen de crecimiento todavía es amplio.

Los consumidores neerlandeses utilizan cada vez más el aceite de oliva, tanto para cocinar como para aderezar otros platos, debido fundamentalmente a la creciente popularidad de la dieta mediterránea que consideran sana y sabrosa.

VALOR DE VENTAS DE LA CATEGORÍA EN PAÍSES BAJOS

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Var 06/11
Mantequilla	55,6	57,9	62,3	67,4	70,4	73,3	31,83
Grasas para cocinar	40,7	40,3	40,7	40,9	41,0	41,5	1,97
Margarina	122,7	123,5	126,4	127,9	130,6	132,7	8,15
Aceite de Oliva	43,6	47,2	52,0	57,5	63,4	70,5	61,70
Aceites y grasas para untar	160,5	168,9	177,0	184,6	188,6	188,9	17,69
Aceites vegetales	109,2	107,9	106,9	105,8	104,3	102,7	-5,95
TOTAL	532,3	545,7	565,4	584,0	598,3	609,5	14,50

Fuente: Euromonitor 2012
Unidad: Millones de euros

En valor, las ventas del sector ascienden a los 609 millones de euros en 2011, un 14,5% más respecto a 2006. A pesar del estancamiento en volumen, los ingresos continúan creciendo gracias a los nuevos lanzamientos de productos de mayor valor añadido. A medida que los consumidores neerlandeses prefieren consumir productos más saludables, los fabricantes centran sus esfuerzos en crear nuevos productos que respondan a esta necesidad. Así, proliferan las fórmulas bajas en grasas y enriquecidas con vitaminas u omega-3.

Las ventas de aceite de oliva en 2011 han sido de 70,5 millones de euros lo que representa un crecimiento del 61,7% respecto a 2006. Al igual que en volumen, las ventas en valor han experimentado un crecimiento sostenido durante los últimos años.

Por el contrario, la categoría de aceites vegetales factura menos que en 2010 y continúa con el descenso que viene experimentando desde 2006 debido al impacto de los productos sustitutos como el aceite de oliva y las grasas para cocinar. Los principales aceites vegetales consumidos en el mercado neerlandés son los de girasol, palma, maíz y soja.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

CUOTA DE MERCADO POR FABRICANTE

	2006	2007	2008	2009	2010	Var 06/10
Unilever Nederland BV	38,8	40,6	38,8	39,3	38,7	-0,26
Albert Heijn BV	8,9	9,5	9,5	10,0	10,5	17,98
Van Dijk Food BV	6,9	6,8	7,2	7,0	7,2	4,35
Aceites Carbonell SA	2,7	2,9	5,4	5,2	5,5	103,70
Campina BV	4,2	4,3	4,4	4,7	5,0	19,05
Vandemoortele NV	4,7	4,8	4,7	4,6	4,7	0,00
CIV Superunie BA	4,5	4,6	4,5	4,6	4,4	-2,22
Remia CV	2,2	2,2	2,2	2,1	2,0	-9,09
De Burg Groep BV	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	0,00
Schuitema NV	0,8	0,8	0,9	1,0	1,0	25,00
Carapelli Firenze SpA	0,4	0,5	0,5	0,4	0,4	0,00
Epifine BV	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,00
Otras marcas de distribuidor	8,3	8,4	8,4	8,8	9,2	10,84
Otros	15,8	13,4	12,4	10,9	10,1	-36,08
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,00

Fuente: Euromonitor 2012

Unidad: Porcentaje del total de ventas de retail

Unilever Nederland BV lidera claramente el mercado de las grasas y aceites en Países Bajos (con una cuota de mercado que supera el 40%) gracias a marcas líderes en margarinas y grasas para cocinar como Becel, Blue Band y Bona. Durante 2011 la compañía ha centrado sus esfuerzos de marketing en destacar el carácter saludable de sus productos prestando especial atención a la gama enriquecida con omega-3.

La marca blanca de la cadena de supermercados neerlandesa Albert Heijn y el grupo Van Dijk Foods BV ocupan la segunda y tercera posición respectivamente con un 10,5% y un 7,2% de cuota de mercado.

El grupo español Deoleo, está presente en el mercado neerlandés con las marcas de aceite Carbonell, Bertolli y Carapelli. Tras adquirir la marca Bertolli al grupo Unilever y Carapelli Firenze se ha convertido en la empresa líder del mercado en Países Bajos, acumulando un 57,40% de cuota de mercado en el año 2011. Actualmente compite casi exclusivamente con la marca de distribución. Entre estas, destaca la gama de aceites de oliva de la cadena de supermercados Albert Heijn que además incluye aceites de fabricación española.

ACEITE DE OLIVA-CUOTA DE MERCADO POR FABRICANTE

	2006	2007	2008	2009	2010	Var 06/10
Grupo Deoleo SA	33,1	33,3	58,8	52,4	52,1	57,40
Marca de distribuidor	31,2	32,0	33,6	38,8	39,8	27,56
Otros	3,2	1,6	3,3	5,1	4,5	40,63
Epifine BV	5,0	5,0	4,3	3,7	3,5	-30,00
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,00

Fuente: Euromonitor 2012

Unidad: Porcentaje del total de ventas de retail

En el lineal de un supermercado tipo de Países Bajos los aceites y grasas para cocinar ocupan un tercio del mismo, aproximadamente tres de sus nueve estanterías. De ellas, la mitad

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

se destina al aceite de oliva y la parte restante a aceites de girasol y otros. Las baldas centrales se destinan a los productos de la marca del distribuidor mientras que en las superiores se posicionan los aceites de variedades más selectas o con aroma de diferentes sabores. Además de la marca de distribuidor destaca la presencia de la marca italiana Bertolli, ahora propiedad del grupo aceitero español Deoleo. Dicha marca oferta sus productos en botellas de cristal de 500ml en las variedades de aceite extra virgen, clásico y delicatesen. A este mismo grupo pertenece Carbonell, la única marca española presente, que sería la tercera por orden de importancia en el lineal. En función del supermercado el surtido de variedades y tamaños de la marca Carbonell es diferente. Aquellos establecimientos situados en áreas de renta elevada presentan una oferta más variada.

La mayoría de los aceites presentes se identifican como italianos sin embargo, debe mencionarse que en el caso de la principal cadena de supermercados, Albert Heijn, el fabricante de aceite de oliva de su marca de distribuidor es de origen español. Cabe destacar también que esta cadena cuenta con tres marcas de distribuidor de aceite de oliva, lo que demuestra la presencia cada vez más relevante del aceite de oliva en la cesta habitual de los hogares neerlandeses. Dichas marcas están segmentadas por precio y son: Albert Heijn (de precio medio en las variedades extra virgen, tradicional, suave y biológico), Excellence (especialidades de precio superior) y Euroshopper (tipo hard discount). Todos los aceites de oliva Albert Heijn se presentan envasados en botella de cristal (excepto el aceite low cost de la marca Euroshopper) en tamaños de 1L, 500ml y 250ml.

Entre los aceites de oliva de categoría “gourmet” destaca la fuerte presencia de la marca española Valderrama, presentada en cinco variedades y que se distribuye en establecimientos delicatessen y fundamentalmente (90% según su agente en Países Bajos) en el canal horeca a través del principal mayorista neerlandés. Después de 9 años de internacionalización en Países Bajos a través de un agente en exclusiva, sus ventas en el país sobrepasan el millón de euros y es utilizado por más de 40 chefs de la Guía Michelin del Benelux. Actualmente su estrategia de marketing pasa por asociarse con los cocineros más prestigiosos del país que promocionan la utilización de este aceite en sus restaurantes y programas de televisión.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

La producción local de aceite de oliva en Países Bajos es nula ya que carece de las condiciones climatológicas y terrenos óptimos para la explotación de olivos. Sin embargo, es el tercer país productor de aceites y grasas de la Europa de los 27, con una cifra de producción de 5.869 millones de euros durante el año 2011. De este volumen de producción sólo el 7,54% es consumido en el país, el resto es re-exportado fuera de las fronteras neerlandesas.

PRINCIPALES PAÍSES EUROPEOS PRODUCTORES DE ACEITES Y GRASAS

País	2006	2007	2008	2009	2010	2011
España	7.645,3	8.151,7	8.831,2	8.324,3	8.698,7	8.958,6
Alemania	5.864,7	6.346,4	7.218,5	6.507,8	5.895,7	5.890,3
Países Bajos	3.213,3	3.758,9	4.872,2	5.084,6	5.454,7	5.869,3
Italia	5.026,3	4.378,6	4.567,0	4.518,7	4.785,5	5.008,7
Francia	3.090,6	3.464,9	4.257,6	3.904,8	3.781,4	3.890,2
Bélgica	1.445,7	2.109,3	2.041,0	1.962,4	2.356,9	2.489,4
Polonia	669,0	861,2	1.198,1	1.068,8	1.077,3	1.196,8
Grecia	866,5	916,4	1.010,3	1.248,7	1.085,1	1.084,0
Portugal	699,9	888,0	1.046,1	801,2	929,1	932,8
Reino Unido	699,9	888,0	1.046,1	801,2	929,1	932,8
Ministerio Económico y Comercial de la Embajada de España en La Haya	887,3			887,3	830,5	808,0

Fuente: Euromonitor 2012

Unidad: Millones de euros

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

Los principales aceites vegetales producidos en Países bajos son el de soja (412.000 toneladas en 2011) y el de girasol (256.000 toneladas en 2011) según datos de Euromonitor. Sin embargo, el aceite más consumido es el de palma (713.000 toneladas en 2011) que se importa de países tropicales al ser la producción local inexistente.

Dado que la producción de aceite de oliva en Países Bajos es nula, se ofrece información referente a la producción de aceite de oliva mundial.

PAÍSES PRODUCTORES DE ACEITE DE OLIVA

País	2006	2007	2008	2009	2010	2011
España	1.092,6	1.185,9	1.044,7	1.199,2	1.172,6	1.190,6
Italia	603,3	574,3	563,9	587,7	568,2	562,7
Grecia	385,6	318,2	328,3	332,6	306,9	294,5
Siria	252,4	98,3	156,3	168,2	171,0	174,6
Turquía	137,0	142,7	99,5	143,6	144,9	146,6
Túnez	180,0	200,0	160,0	150,0	141,4	130,9
Marruecos	75,0	75,0	75,0	95,3	95,3	102,4
Argelia	32,0	21,8	35,6	56,0	59,1	62,1
Portugal	51,8	35,3	43,8	53,3	49,0	50,5
Argentina	20,9	20,0	25,7	22,7	24,8	26,2
Líbano	5,7	7,5	15,1	19,7	20,0	21,6
Jordania	23,5	18,4	11,3	16,8	17,6	18,6
Libia	9,7	11,7	13,7	15,0	16,0	16,9
Francia	4,1	3,7	5,5	6,3	6,9	7,2
Israel	4,0	7,0	5,0	6,0	6,5	7,2
Croacia	4,8	4,5	5,0	5,8	5,9	6,3
Australia	1,9	2,6	5,3	5,6	5,9	6,3
Egipto	6,0	6,8	8,0	7,3	6,7	6,1
Chile	2,3	2,7	2,9	4,1	4,2	4,5
EEUU	1,3	1,0	2,5	2,7	3,0	3,2
Hong Kong, China	2,5	2,3	1,8	2,3	2,2	2,0
Chipre	2,0	2,0	1,8	2,0	1,9	1,9
Macedonia	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7
Albania	0,8	0,8	1,2	1,2	1,3	1,4
El Salvador	0,6	0,5	1,5	1,2	1,1	1,0
Iran	0,9	0,9	0,8	0,9	0,8	0,8
Peru	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Eslovenia	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Mexico	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3
Montenegro	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Afganistán	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
TOTAL	2.903,8	2.746,8	2.617,1	2.908,4	2.836,1	2.849,1

Fuente: Euromonitor 2012 con datos de FAOSTAT

Unidad: Miles de toneladas ('000)

La producción mundial de aceite de oliva durante la campaña 2011 fue de 2,85 millones de toneladas, ligeramente superior a la de 2010. Los estados de la UE/27 producen cerca del 75% del total mientras que los países africanos y de oriente medio aportan un 24%. España lidera el ranking de países productores con 1,2 millones de toneladas procesadas en 2011. Muy por debajo le siguen Italia (562.000 toneladas) y Grecia (294.000 toneladas). Portugal

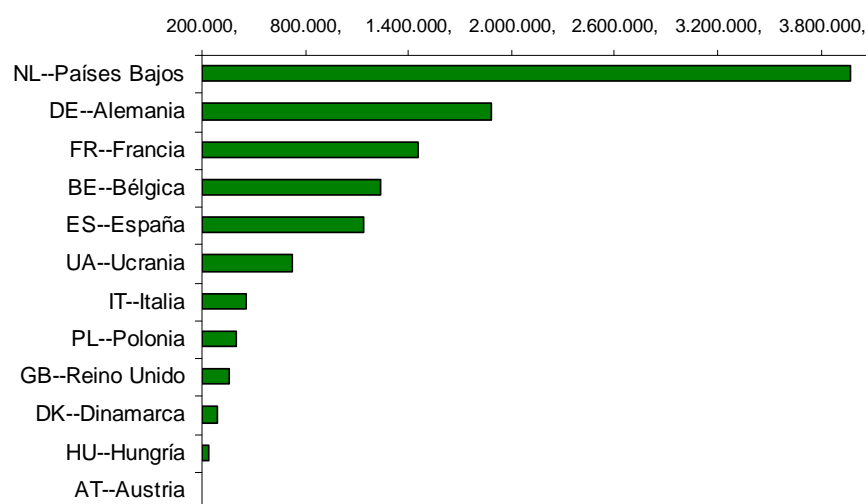
EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

(50.500 toneladas) y Francia (7.200 toneladas) son los otros dos países europeos que alcanzan niveles de producción significativos.

3. IMPORTACIONES

Países Bajos es el primer importador europeo y mundial de grasas y aceites. Durante 2010 la cifra de importación alcanzó las 3.975.000 toneladas, lo que supone aproximadamente el 50% de todos los productos de esta categoría que importa la UE. Gran parte de estas adquisiciones no se consumen en el país sino que se re-exportan una vez han llegado al puerto neerlandés de destino incluso sin someterlas a nuevos procesos productivos. En este sentido, Países Bajos actúa como principal puerta de entrada y punto de distribución para el mercado nórdico y europeo.

RANKING DE PAÍSES UE IMPORTADORES DEL CAPÍTULO 15 (GRASAS Y ACEITES) 2010



Fuente: EUROSTAT

Unidad: Toneladas

Más del 60% de las importaciones de grasas y aceites holandesas tienen como proveedor un país tropical del Nuevo Mundo. Malasia (1 millón de toneladas importadas en 2010) e Indonesia (900.000 toneladas importadas en 2010) son, de manera recurrente, los principales proveedores de estos productos para el mercado neerlandés. El gran volumen de importaciones de estos países proviene fundamentalmente, de los aceites tropicales, en especial el de palma, que son los que más se consumen, y re-exportan en el país.

Entre los países europeos figuran como principales proveedores, Alemania (516.000 toneladas), Bélgica (266.000 toneladas) y Francia (171.000 toneladas). La mayor parte estos productos son también aceites vegetales, grasas animales (excluida la mantequilla) y margarina.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAÍSES BAJOS

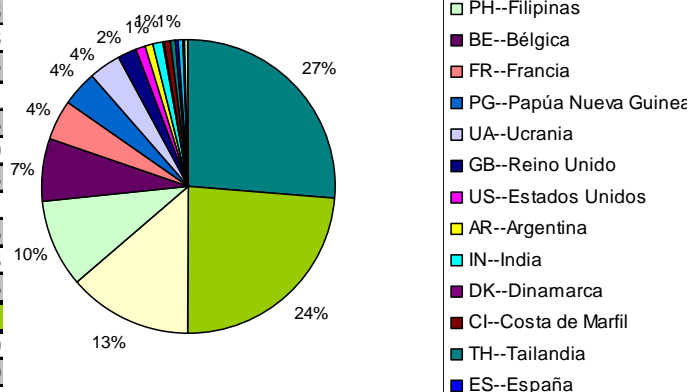
PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DEL CAPÍTULO 15(GRASAS Y ACEITES) A PAÍSES BAJOS

Países	2008	2009	2010
MY--Malasia	1.204.674	875.280	1.019.396
ID--Indonesia	946.934	1.209.283	905.138
DE--Alemania	502.844	340.625	516.971
PH--Filipinas	215.238	181.145	380.404
BE--Bélgica	305.761	312.221	266.966
FR--Francia	150.277	216.904	171.476
PG--Papúa Nueva	95.015	85.577	144.245
UA--Ucrania	85.899	89.802	140.071
GB--Reino Unido	87.564	80.431	81.683
US--Estados Unidos	71.513		40.820
AR--Argentina	234.366	61.846	34.048
IN--India	39.858	32.250	32.791
DK--Dinamarca	31.377	39.559	19.763
CI--Costa de Marfil	23.279	49.618	19.616
TH--Tailandia	44.728		16.743
ES--España	18.059	16.129	15.511
IT--Italia	13.202	17.410	14.300
NO--Noruega	7.897	11.708	13.570
GH--Ghana			12.655
Total	4.365.961	3.896.194	4.020.529

Fuente: EUROSTAT

Unidad: Toneladas

CUOTA DE EXPORTACIÓN 2010



La importación de aceite de palma en 2010 fue de 1,9 millones de toneladas. Desde 2007 se ha mantenido constante entorno a los 2 millones de toneladas anuales. Esto supuso un 56% del volumen total de importación en 2010. Los países proveedores fundamentales son Malasia, Indonesia y Nueva Guinea, de los que es originaria un 94% de la importación. Es, con una importante diferencia, el producto graso tradicionalmente más importado por Países Bajos, que además es, el primer importador europeo de aceite de palma. Según el CBI, se consumieron en 2011, 713.000 toneladas de este aceite. La producción holandesa de este producto de origen tropical es inexistente por lo que el mercado se abastece íntegramente de las importaciones de países con climas idóneos para su cultivo. Atendiendo a los datos de consumo interior se observa que, aproximadamente un 65% se re-exporta fuera de las fronteras holandesas.

Le siguen en importancia otros aceites vegetales como el de coco (16%), colza (8,56%) y girasol (8,19%). Todos ellos, exceptuando el de coco, han tenido menos entrada en Países Bajos desde 2007. Las campañas informativas llevadas a cabo en los medios de comunicación durante los últimos años para favorecer la dieta saludable, están consiguiendo modificar progresivamente la conducta del consumidor neerlandés hacia productos menos nocivos, y se refleja en el volumen de importación y en el consumo interno.

Países Bajos no se encuentra entre los principales países europeos consumidores de aceite de girasol, sin embargo es el cuarto importador europeo más relevante, después de Bélgica, Reino Unido y Alemania. Los principales países proveedores son Ucrania (139.800 toneladas en 2010) y Francia (62.000 toneladas en 2010) que suman en total casi un 65% del volumen de importación. De acuerdo con las estimaciones del CBI, el consumo aparente ha ido decreciendo una media del 15% desde 2007 al igual que las importaciones (-9,7% de media desde 2007). En 2009 fue de 105.000 toneladas. La producción interior sin embargo crece un 4,6% de media desde 2009 cuando alcanzó las 256.000 toneladas. Las grasas de origen animal suponen en total un 3,39% del total y la margarina un 1,5%.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

Por su parte, el aceite de oliva es sólo un 0,42% del total de importaciones, sin embargo, se espera que el volumen sea cada vez mayor. Países Bajos carece de las condiciones climáticas adecuadas para la plantación de olivos y la demanda interna del producto sigue aumentando. Desde 2008 el volumen de importación ha crecido un 13%.

PAÍSES BAJOS-PRINCIPALES PARTIDAS IMPORTADAS

TARIC	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Cuota sobre total
1511--ACEITE DE PALMA Y SUS FRACCIONES	2.152.194	2.024.247	1.988.246	52,34
1513--ACEITES DE COCO (COPRA)	498.891	490.224	609.231	16,04
1514--ACEITES DE NABINA, DE COLZA O DE MOSTAZA	360.679	421.908	325.087	8,56
1512--ACEITES DE GIRASOL, DE CARTAMO O DE ALGODÓN	473.551	314.284	311.202	8,19
1518--GRASAS Y ACEITES, ANIMALES O VEGETALES Y SUS FRACCIONES MODIFICADOS QUÍMICAMENTE	203.211	183.162	275.324	7,25
1502--GRASAS DE ANIMALES DE LAS ESPECIES BOVINA, OVINA O CAPRINA, EXCEPTO LAS DE LA PARTIDA 1503.	55.280	50.304	66.299	1,75
1501--GRASA DE CERDO (INCLUIDA LA MANTECA DE CERDO), Y GRASA DE AVE	67.680	44.061	62.470	1,64
1517--MARGARINA	47.112	57.938	55.717	1,47
1507--ACEITE DE SOJA Y SUS FRACCIONES,	222.744	53.390	48.985	1,29
1504--GRASAS Y ACEITES, DE PESCADO O DE MAMÍFEROS MARINOS	31.820	28.281	33.888	0,89
1509--ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES	14.003	16.064	15.794	0,42
1508--ACEITE DE CACAHUETE Y SUS FRACCIONES	3.994	3.762	6.716	0,18
15--TOTAL GRASAS Y ACEITES	4.131.158	3.687.625	3.798.957	100,00

Fuente: EUROSTAT

Unidades: Toneladas

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

ACEITE DE OLIVA

Países Bajos fue en 2010 el décimo país de la UE en volumen de importación de aceite de oliva. Este año se importaron en total 2.357 toneladas.

PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE ACEITE DE OLIVA EN LA UE (2010)

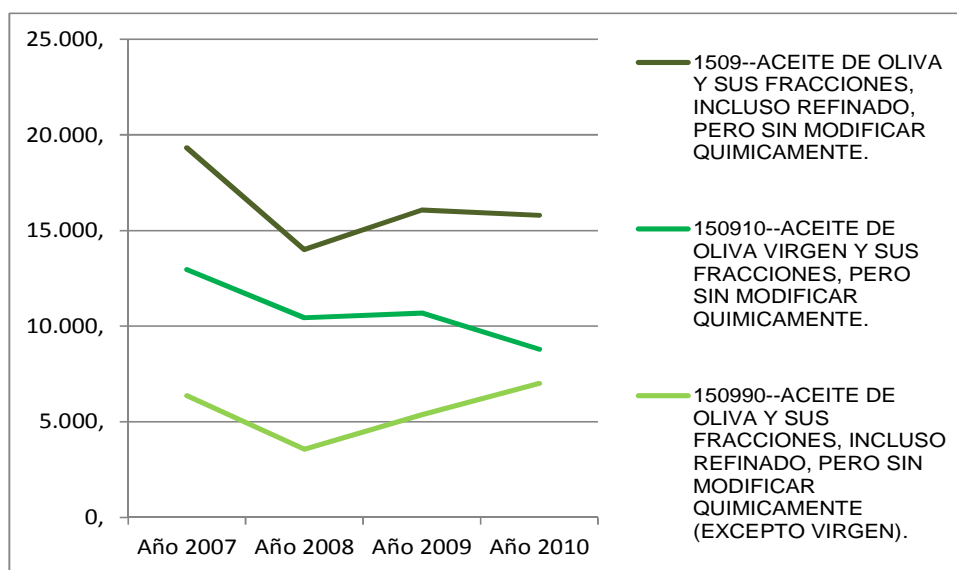
Países	Toneladas
1 ES--España	635.007
2 IT--Italia	148.041
3 GR--Grecia	91.808
4 PT--Portugal	17.396
5 DE--Alemania	14.261
6 BE--Bélgica	12.769
7 GB--Reino Unido	7.916
8 FR--Francia	7.068
9 BG--Bulgaria	4.396
10 NL--Países Bajos	2.357
11 CZ--República Checa	1.442
12 AT--Austria	1.020
13 HU--Hungría	521

Fuente: EUROSTAT

La siguiente tabla y el posterior gráfico muestran la evolución del volumen de importaciones de Países Bajos de la partida 1509 y sus apartados. En 2010 se importaron un total de 15.793 toneladas de aceite de oliva, un 2% menos que en 2009. El descenso se ha producido en la categoría del aceite de oliva virgen (15091090) y virgen lampante (15091010) de los que se ha importado un 20% y un 92% menos que en 2009. Sin embargo, los aceites que no pertenecen a la categoría de virgen (150990) han experimentado un aumento desde 2007 del 25%, con un volumen de 6.995 toneladas importadas en 2010.

TARIC	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010
1509--ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	19.314,2	14.003,	16.064,1	15.793,8
150910--ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	12.951,	10.429,9	10.689,	8.797,3
15091010 --ACEITE DE OLIVA VIRGEN LAMPANTE Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	1.521,7	20	35	3
15091090 --ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE (EXCEPTO	11.429,3	10.410,2	10.654,1	8.794,6
150990--ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE	6.363,2	3.573,1	5.375,1	6.996,5
Fuente:EUROSTAT				
Unidad: Toneladas				

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS



La contracción de la economía europea que se inició en 2008 provocó una caída del comercio internacional que afectó también al aceite de oliva. A pesar de que en 2009 hubo signos de recuperación, en 2010 las importaciones de aceite de oliva de tipo virgen volvieron a caer. Este efecto se ha visto atenuado por el creciente volumen de importación de aceite de oliva no virgen desde 2008.

En Países Bajos el aceite de oliva no es un bien necesario en la cesta de alimentación. Existen en el mercado un gran número de productos sustitutivos, de menor calidad pero más económicos, que son consumidos por las familias de menor presupuesto. Este hecho explica tanto el auge del consumo de aceite de oliva en momentos de bonanza económica como la creciente demanda actual de aceite de oliva no virgen, de precio inferior a los aceites con menor grado de acidez.

EVOLUCIÓN DEL VALOR DE IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA DE PAÍSES BAJOS

TARIC	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010
1509--ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	57.571,07	47.735,47	36.799,74	42.909,38
150910--ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	38.414,01	35.467,7	23.749,59	25.623,08
15091010 --ACEITE DE OLIVA VIRGEN LAMPANTE Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	4.292,26	138	231	53
15091090 --ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE (EXCEPTO LAMPANTE).	34.121,75	35.329,54	23.519,02	25.570,42
150990--ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE (EXCEPTO VIRGEN).	19.157,06	12.267,77	13.050,15	17.286,3

Fuente: EUROSTAT

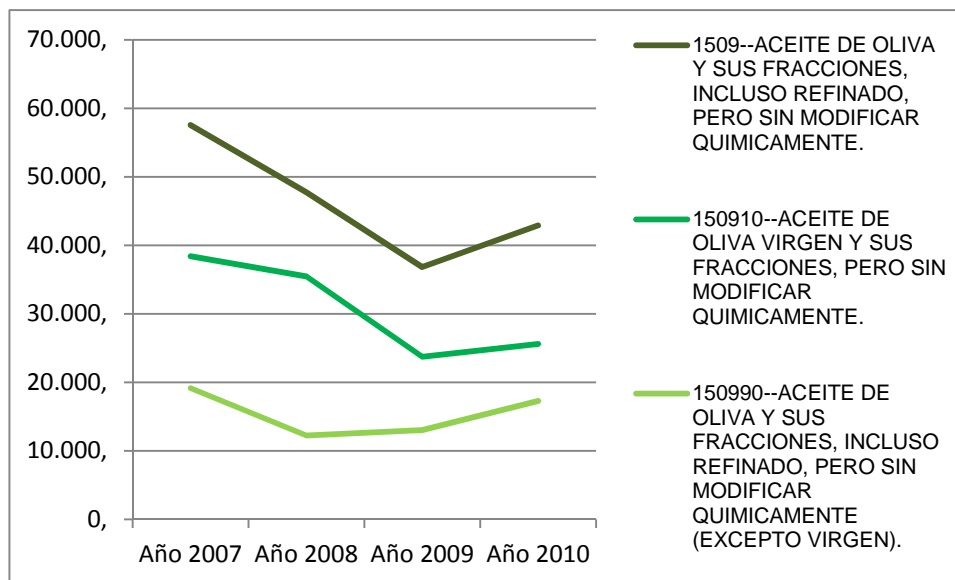
Unidad: Miles de euros

Durante 2010 la cifra de importación de aceite de oliva por parte de Países Bajos fue de 42,9 millones de euros, un 17% superior a la de 2009. Todas las categorías, excepto la del aceite de oliva virgen lampante, han aumentado el valor de sus importaciones con respecto al año anterior, sin embargo, continúan quedando por debajo de las cifras obtenidas en 2007. El aceite de oliva no virgen es, de nuevo, la categoría que más crece, debido al aumento del volumen de importaciones de este producto. Sin embargo, el crecimiento en valor del aceite de

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

oliva virgen se debe a un incremento de los precios de importación ya que, como se mostró en el cuadro anterior, el volumen de producto importado fue menor que en 2009.

A continuación se presenta el gráfico que ilustra la evolución de la tendencia.



Italia y España son tradicionalmente, los primeros países de procedencia del aceite de oliva importado a Países Bajos. En 2010 se importaron 7.303 toneladas de aceite de oliva italiano y 4.804 toneladas de aceite de oliva español. El volumen de las importaciones italianas durante los últimos años ha sido, en media, un 50% superior al español. Alemania ocupa la tercera posición de manera continuada de 2007 a 2010 sin embargo, los restantes países exportadores varían significativamente de un año a otro.

VOLUMEN DE IMPORTACIONES POR PAÍSES

	2007	2008	2009	2010
Italia	5.820	5.083	9.205	7.303
España	6.130	4.859	3.851	4.804
Alemania	4.222	2.217	1.972	1.679
Bélgica	2.013	527	38	1.544
Marruecos	371	302	-	244
T.Palestinos	3	8	-	92
Reino Unido	612	309	368	40
Grecia	27	193	389	35
Francia	8	20	15	19

Fuente: EUROSTAT

Unidad: Toneladas

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

En valor, los principales países de origen son también Italia y España. Durante 2010 se importó aceite de oliva de estos países por valor de 22,17 millones de euros y 11,02 respectivamente. Del análisis de ambos cuadros se observa que el aceite de oliva de origen italiano tiene un precio de importación superior al español. En 2010 el aceite de oliva italiano se vendió a 3,03 euros/kg frente a los 2,29 euros/kg del de procedencia española.

VALOR DE IMPORTACIONES POR PAÍSES

Países	2007	2008	2009	2010
Italia	20.118	17.867	18.969	22.173
España	19.376	16.505	8.249	11.029
Alemania	8.017	7.910	5.865	4.482
Bélgica	6.137	1.828	53,13	3.232
Reino Unido	2.205	1.127	1.405	165
Francia	64	148	93,64	121
Grecia	111	325	1.525	68

Fuente:EUROSTACOM

Unidad: Miles de euros

IMPORTACIONES DE ORIGEN ESPAÑOL

En 2010 Países Bajos importó 4.804 toneladas de aceite de oliva español en todas sus variedades excepto el de tipo virgen lampante. Esta cifra es un 24,71% superior a la registrada en 2009. El incremento está generado por el aceite de oliva no virgen del que se importaron 2.507 toneladas frente a las 1.102 toneladas adquiridas en 2009. Es la única categoría con crecimiento ya que de aceite de oliva virgen se importaron 453 toneladas menos que en 2009 y la importación de aceite de oliva virgen lampante fue nula.

VOLUMEN DE IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA ESPAÑOL

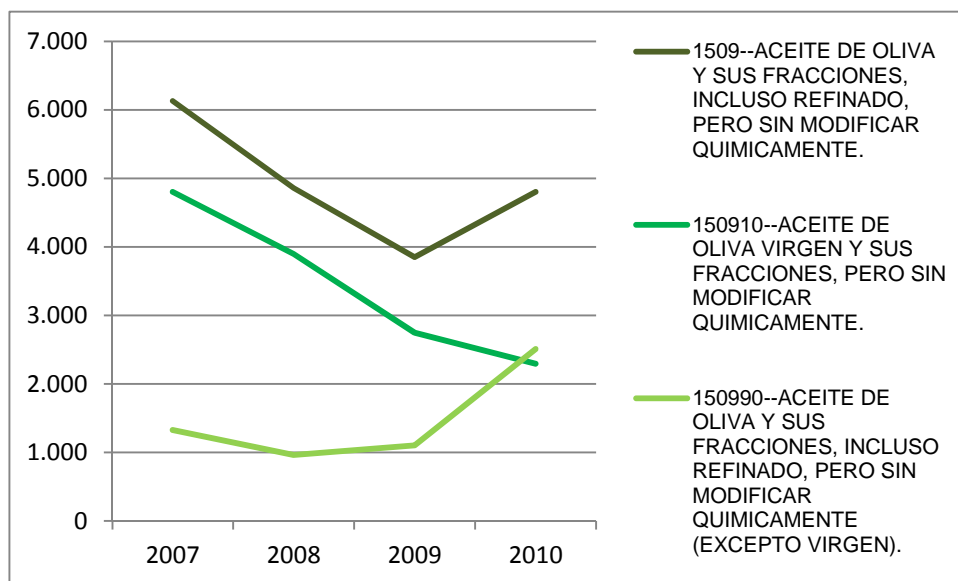
TARIC	2007	2008	2009	2010
1509--ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	6.130	4.859	3.852	4.804
150910--ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	4.801	3.895	2.750	2.297
15091010 --ACEITE DE OLIVA VIRGEN LAMPANTE Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	208	0	0	0
15091090 --ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE (EXCEPTO LAMPANTE).	4.593	3.895	2.750	2.297
150990--ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE (EXCEPTO VIRGEN).	1.329	965	1.102	2.507

Fuente: EUROSTACOM

Unidad: Toneladas

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

El siguiente gráfico ilustra el comportamiento descrito en el cuadro previo. Se observa una tendencia decreciente de las importaciones de aceite de oliva virgen desde 2007 frente a la evolución positiva del aceite de oliva de tipo no virgen.



Por su parte, el valor de las importaciones crece en todas las categorías. El año 2010 finalizó con una cifra total de importación de 11 millones de euros, un 37,7% mayor que en 2009. En este caso, el crecimiento se debe a la evolución al alza de los precios pero también al buen comportamiento del aceite de oliva de tipo no virgen del que se importó un 81,6% más que el año anterior.

VALOR DE IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA ESPAÑOL

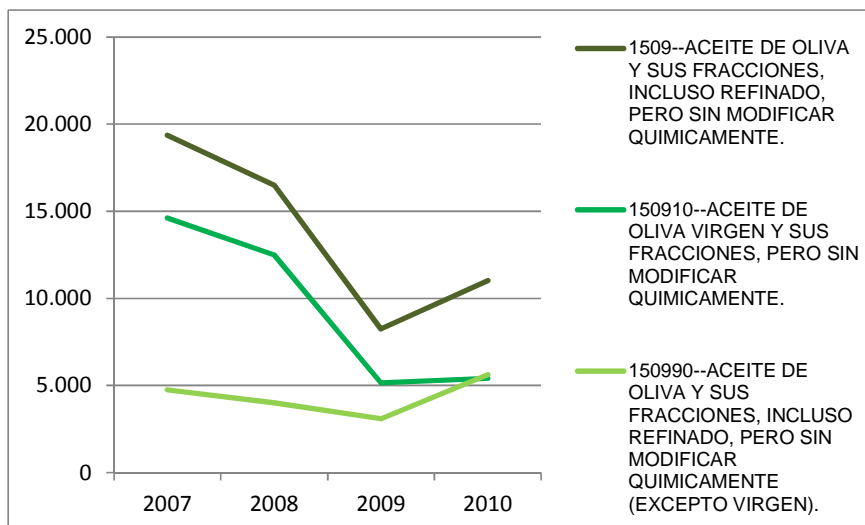
TARIC	2007	2008	2009	2010
1509--ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	19.377	16.506	8.249	11.029
150910--ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	14.614	12.499	5.155	5.409
15091010 --ACEITE DE OLIVA VIRGEN LAMPANTE Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	665	0	0	0
15091090 --ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE (EXCEPTO LAMPANTE).	13.949	12.499	5.155	5.409
150990--ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE (EXCEPTO VIRGEN).	4.763	4.007	3.095	5.620

Fuente: EUROSTACOM

Unidad: Miles de euros

En el gráfico posterior se aprecia la caída del valor de las importaciones desde 2007, más acusada en el caso del aceite de oliva virgen que, a pesar de que se recupera ligeramente en 2010, es superado por el de tipo no virgen.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

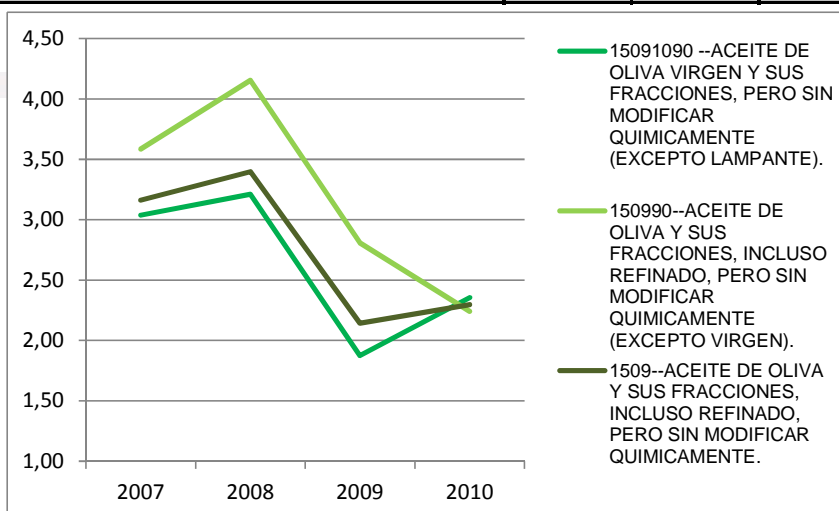


Los precios de importación alcanzaron en 2008 su valor máximo (3,40€/litro) para después caer hasta los 2,14€/litro en 2009. En 2010 el precio medio de la categoría se ha recuperado ligeramente (2,30€/litro) a pesar de no alcanzar los datos previos a la crisis financiera de 2008. El incremento de precios viene provocado por el aceite de oliva de tipo virgen que tras bajar a los 1,87€/litro en 2009, el año pasado subió a 2,36€/litro. El precio del aceite de tipo no virgen continúa con el descenso iniciado en 2008. Sin embargo, como se ha comentado anteriormente en esta nota, el volumen de importaciones de esta categoría ha superado por primera vez a la de aceite de oliva virgen, lo que evidencia el movimiento de la demanda hacia los aceites de menor precio.

PRECIOS DE IMPORTACIÓN DEL ACEITE DE OLIVA ESPAÑOL

TARIC	2007	2008	2009	2010
1509--ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	3,16	3,40	2,14	2,30
150910--ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	3,04	3,21	1,87	2,36
15091010 --ACEITE DE OLIVA VIRGEN LAMPANTE Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	3,20	-	-	-
15091090 --ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE (EXCEPTO LAMPANTE).	3,04	3,21	1,87	2,36
150990--ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE (EXCEPTO VIRGEN).	3,58	4,15	2,81	2,24

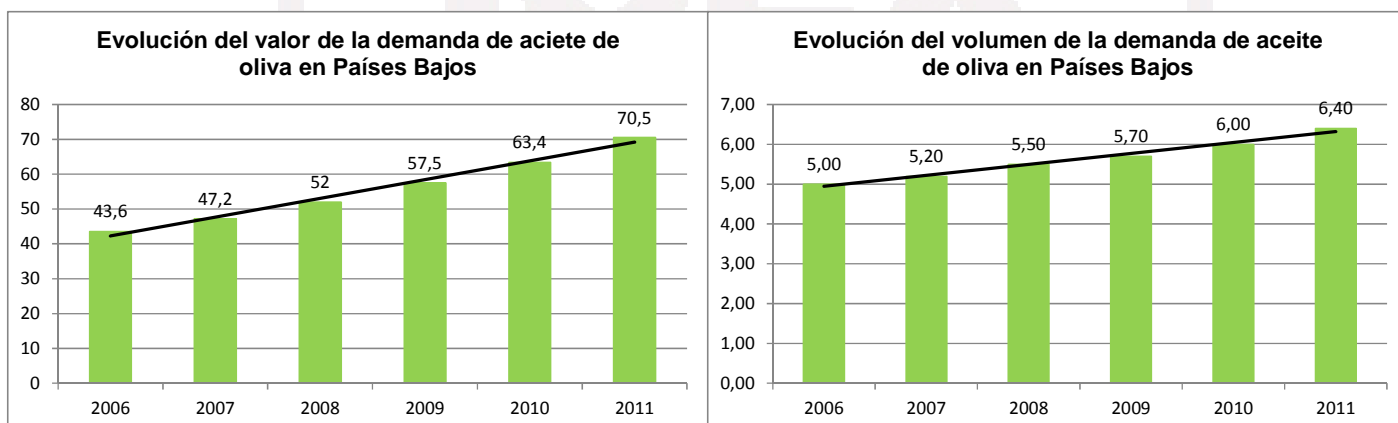
Fuente: EUROSTACOM



III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

En el presente epígrafe se analizará la evolución de la demanda de aceite de oliva en Países Bajos, especialmente del aspecto cualitativo de la misma, centrándose en las pautas de consumo de las grasas y aceites dentro del mercado neerlandés.

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, la demanda total de aceite de oliva en el año 2011 ha sido de 70,5 millones de euros. El comportamiento de la demanda de aceite de oliva en el mercado neerlandés es muy positivo a pesar de la contracción que está sufriendo el mercado de grasas y aceites en Países Bajos. El volumen de consumo ha crecido sistemáticamente en los últimos años a una media del 5% anual, pasando de consumirse 5 mil toneladas en 2006 a las 6.400 toneladas en 2011. En valor las ventas también han venido creciendo cada año un 9% de media. La cifra de ventas de 2011 es un 62% superior a la registrada en 2006 que fue de 43,6 millones de euros.



Fuente: EUROMONITOR

Unidades: Millones de euros y miles de toneladas respectivamente

El cambio en los hábitos alimentarios de la población neerlandesa hacia productos más saludables y la creciente preocupación por la salud han provocado que aumente significativamente la demanda de aceite de oliva. En primer lugar porque se percibe como más sano que las tradicionales grasas y aceites para cocinar y en segundo lugar porque se está incorporando en la cesta de la compra habitual. El aceite de oliva en Países Bajos se considera cada vez menos un bien de lujo y exótico para consumir de manera esporádica. Las abundantes campañas gubernamentales recomendando mantener una alimentación saludable y la buena imagen de la dieta mediterránea están provocando que los hogares neerlandeses consuman

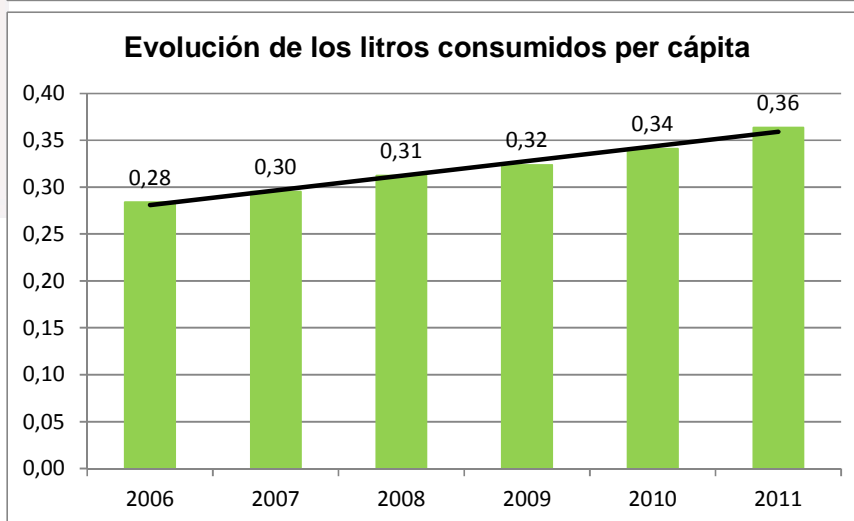
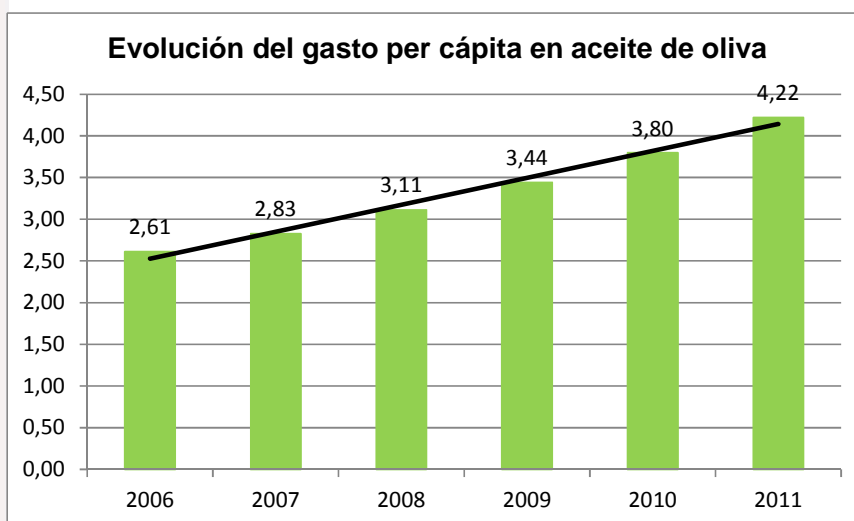
EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

con mayor frecuencia aceite de oliva y que este sustituya a las grasas y aceites menos saludables.

La compra de aceite de oliva en el mercado neerlandés se hace, principalmente, a través de puntos de distribución minoristas (92,8%), lo que implica un porcentaje de adquisición a través del canal HORECA de un 7,2%.

Las marcas de distribuidor gozan de gran popularidad en el mercado neerlandés. Por el contrario, en base a los datos de la consultora Euromonitor, el consumo de aceite de oliva es principalmente marquista (75%) aunque los aceites comercializados bajo la marca de distribuidor también gozan de gran popularidad (25%).

A través de estos mismos datos se deduce que, el consumo per cápita en el año 2011 de aceite de oliva en el mercado neerlandés ha sido de 0,38 litros por habitante que equivale a un gasto individual de 4,22€. A pesar de ser una cifra baja para la media de consumo europea en el siguiente gráfico se puede apreciar la tendencia creciente del consumo en los últimos años.



Fuente: EUROMONITOR

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

El consumo de aceite de oliva en Países Bajos comienza básicamente en los años 70 cuando la población de poder adquisitivo más elevado que visita los países de la Europa mediterránea empieza a probar los alimentos típicos de estos lugares. Gracias a numerosas campañas informativas de los principales países productores y de la Unión Europea se considera un producto sano y saludable que debe de incluirse en la dieta habitual pero que sin embargo, tiene un precio alto para tratarse de un bien de consumo esencial.

La imagen del aceite de oliva en Países Bajos es muy positiva. Las características que más valoran los consumidores neerlandeses son el sabor, el origen de la cultura mediterránea y el cuidado envase y etiquetado en el que se presenta.

Tradicionalmente en este país se han empleado la mantequilla y otras grasas animales para cocinar pero, tras las campañas informativas iniciadas por la Comisión Europea de 1966 a 2001 el consumo per cápita anual de aceite de oliva ha pasado de los 60 gr en 1988 a los 600gr actuales, registrando un crecimiento constante. A pesar de ello, este dato sigue siendo significativamente inferior al de otros países europeos de renta elevada. La causa principal de este hecho es la percepción del aceite de oliva como un producto de precio elevado. El consumidor medio neerlandés es extremadamente sensible al precio y a la relación calidad-precio.

Los consumidores más habituales de aceite de oliva son individuos entre los 30 y los 49 años con rentas altas y medias-altas y con gran capacidad para decidir libremente a qué destinan su gasto. Este grupo ha sido capaz de familiarizarse con el aceite de oliva durante los viajes de ocio y está informado sobre los aspectos sanitarios y nutricionales del aceite de oliva en comparación con otras grasas y aceites para cocinar.

El consumidor regular he informado aprecia algunas de las características de sabor del aceite español, como la acidez o amargura, pero estas características son consideradas como defectos por los consumidores desinformados.

Los aceites de oliva del mercado más selectivo encuentran su demanda en el canal horeca fundamentalmente. Esto se debe a que en Países Bajos sólo una minoría de la población especializada, cocineros, restauradores...y no el consumidor medio, es capaz de apreciar y diferenciar las cualidades de estos productos. Los pequeños establecimientos de productos delicatessen son también puntos de venta de los aceites de precio más elevado pero su cifra de ventas es muy inferior a la registrada en el canal horeca. Según el agente neerlandés de la principal marca española de aceites gourmet, realiza el 90% de sus ventas en el canal horeca frente al 10% que registra en pequeños establecimientos.

IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

El mercado neerlandés ofrece varias posibilidades de segmentación a través de la diferenciación de los productos. El precio es una de las variables utilizadas para segmentar la gama de aceites de oliva. En primer lugar, la diferenciación vía precio se realiza en función del canal de distribución elegido. Los aceites destinados al gran consumo están presentes en supermercados e hipermercados y tienen un precio significativamente menor al de aquellos aceites de tipo gourmet, más exclusivos y que están a la venta en establecimientos de alimentación delicatessen o internacional.

Es relevante destacar que en Países Bajos las cadenas de supermercados tienen un amplio poder de negociación a la hora de fijar precios ya que se mueven en un entorno concentrado dominado por las principales centrales de compras del país.

Como se expuso previamente en esta nota, a través de los datos de EUROSTAT se deducen los siguientes precios de importación de aceite de oliva de origen español.

PRECIOS DE IMPORTACIÓN DEL ACEITE DE OLIVA ESPAÑOL

TARIC	2007	2008	2009	2010
1509--ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	3,16	3,40	2,14	2,30
150910--ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	3,04	3,21	1,87	2,36
15091010 --ACEITE DE OLIVA VIRGEN LAMPANTE Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	3,20	-	-	-
15091090 --ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE (EXCEPTO LAMPANTE).	3,04	3,21	1,87	2,36
150990--ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE (EXCEPTO VIRGEN).	3,58	4,15	2,81	2,24

Fuente: EUROSTACOM

A continuación se detallan los precios de importación de aceite italiano.

PRECIOS DE IMPORTACIÓN DEL ACEITE DE OLIVA ITALIANO

TARIC	2.008	2.009	2.010
1509--ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	3,52	2,06	3,04
15091010 --ACEITE DE OLIVA VIRGEN LAMPANTE Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE.	8,65	6,60	14,29
15091090 --ACEITE DE OLIVA VIRGEN Y SUS FRACCIONES, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE (EXCEPTO LAMPANTE).	3,41	1,91	3,08
150990--ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUIMICAMENTE (EXCEPTO VIRGEN).	3,77	2,24	2,98

Fuente:EUROSTACOM

Unidad: Precio en euros por litro

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

Se observa que el nivel de precios de las importaciones originarias de uno y otro país es bastante similar. Generalmente el aceite de oliva virgen italiano tiene un coste ligeramente superior al español mientras que el aceite de oliva de tipo no virgen es más costoso cuando proviene de España.

Tras realizar una investigación de campo basada en el análisis de los precios de distintos establecimientos de venta al por menor se observa que el precio medio de venta al consumidor final es de 4,32 euros para los envases de 500ml, 2,81 euros para envases de 250ml y 4,79 euros en el caso de los envases de 1 litro.

El rango de precios es muy diverso. Incluso en un mismo supermercado este varía considerablemente en función del posicionamiento de la marca y el segmento al que esté dirigido. Sirva el ejemplo del aceite envasado de 500ml cuyo precio oscila entre los 2,5 y los 7,99 euros dependiendo de la marca escogida.

Listado de precios en los supermercados AH (Albert Heijn)

Marca	Formato	Precio en euros
Albert Heijn Excellent (sabores)	Cristal 250 ml	2,99
Albert Heijn Tradicional y Medio (de origen español)	Cristal 250 ml	1,59
Albert Heijn Extra Virgen	Cristal 250 ml	2,41
Monini (sabores)	Cristal 250 ml	4,29
Aceite de oliva Picual	Cristal 250 ml	2,79
Albert Heijn Excellent	Cristal 500 ml	3,79
Albert Heijn Tradicional y Medio (de origen español)	Cristal 500 ml	2,54
Albert Heijn Extra Virgen	Cristal 500 ml	2,5
Albert Heijn Biológico	Cristal 500 ml	4,49
D.O.P. Valdi Mazara	Cristal 500 ml	7,99
Monini Gran Fruttato Extra Virgen	Cristal 500 ml	4,99
Monini Clasico Extra Virgen	Cristal 500 ml	4,59
Prieto coricelli Podere Santa Prisca (Extra Virgen)	Cristal 500 ml	4,99
Toscana IGBA	Cristal 500 ml	7,99
Carbonell Extra Virgen	Cristal 500 ml	3,39
Carbonell Tradicional	Cristal 500 ml	3,39
Bertolli Delicado	Cristal 500 ml	3
Bertolli Clásico	Cristal 500 ml	3
Bertolli Original	Cristal 500 ml	2,95
Bertolli Extra Virgen Robusto	Cristal 500 ml	5,21
Albert Heijn Tradicional y Medio (de origen español)	Cristal 1 Litro	4,61
Albert Heijn Extra Virgen	Cristal 1 Litro	4,51
Euroshopper Extra Virgen	Plástico 1 Litro	3,52
Bertolli Extra Virgen	Cristal 1litro	5,31
Bertolli Clásico	Cristal 1 Litro	5,4
Bertolli Delicado	Cristal 1 Litro	5,4

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

Listado de precios en la tienda delicatessen 1.

Marca	Formato	Precio en euros
Aceite de Oliva italiano	Cristal 1 litro	15,95
Columela	Cristal 500 ml	12,50
Aceite Extra Virgen Italiano	Cristal 500 ml	24,95
Aceite Manolio (Griego)	Cristal 500 ml	8,95
De Cecco Extra Virgen (Italiano)	Cristal 1 litro	14,95

Fuente: Elaboración propia

Listado de precios en la tienda delicatessen especializada en aceites y vinos.

Marca	Formato	Precio en euros
Aceite Biológico	Cristal 500 ml	14,95
Masportell (en distintos sabores: limón, chili, ajo, trufa blanca, porcino y basilicum)	Cristal 250 ml	8,95
Novello edición limitada 2008	Cristal 500 ml	22,50
Novello Maquina	Cristal 500 ml	14,95
Novello	Cristal 100 ml	4,95
Argand'Or	Cristal 100 ml	14,95
Premium Oleum (Arbequina Virgen extra) de origen español	Cristal 1,5 Litros Envuelta en caja de cartón azul y con dosificador	50
Il broschetto (ofrecido en diferentes sabores con hierbas provenzales)	Cristal 750 ml	20,95
Castello Sacro (griego)	Cristal 500 ml	15,95
Morgen ster (Sudáfrica)	Cristal 250 ml	9,95
Villa Fortuna (Español)	Cristal 250 ml	7,95
Biosoler romero	Cristal 500 ml	10,95

Fuente: Elaboración propia

En la tienda delicatessen especializada en aceites y vinos ofrece una exposición permanente de aceites de oliva a granel de diferentes sabores y calidades. De esta forma, el consumidor puede consumir la cantidad que desee del aceite elegido. La tienda facilita un envase de cristal de 250ml por el importe de 2,50 euros.

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

Marca	Precio en euros por 100 ml
Aceite de oliva español	1,80
Aceite de hierbas provenzales (español)	2,25
Aceite con sabor a romero	2,35
Aceite con hierbas provenzales (italiano)	2,75
Aceite Extra Virgen Español	2,35
Aceite con sabor a hierbas (español)	2,35
Aceite de oliva italiano	2,25
Aceite con trufas (español)	3,40
Aceite con trufas negras (español)	3,45
Aceite con trufas blancas (español)	7,25
Aceite de oliva español con D.O.	2,75
Castillo de Sacro (Grecia)	2,80
Aceite de oliva griego	2,25

Fuente: Elaboración propia

ICEX

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

El obstáculo más relevante al que se enfrenta el aceite de oliva de origen español es la intensa competencia del aceite de procedencia italiana. Existe una mayor presencia de aceites italianos en los puntos de distribución neerlandeses que españoles. Uno de los principales factores que ha influido negativamente en el posicionamiento del aceite español frente al italiano es que el aceite de oliva italiano fue pionero en el mercado neerlandés, por lo que Italia cuenta con la ventaja competitiva de ser el país que más consumidores identifican con el origen del aceite de oliva. Por otra parte, el hecho de acumular más tiempo de presencia en el mercado ha permitido que la oferta de aceites italianos sea mayor y más variada que la española. Además, los italianos han apostado por la innovación y ofrecen aceites de oliva con distintos sabores (ajo, albahaca, limón, trufa...) y multitud de marcas comerciales que se presentan en elaborados envases. España, sin embargo, se introdujo de forma más tardía y comercializa principalmente la marca Carbonell en el segmento del gran consumo y Valderrama en el selectivo.

Destacar también que una parte importante del aceite de oliva español se esconde tras la marca blanca o de distribuidor en la que el fabricante no aparece en ningún caso en la etiqueta de la botella, únicamente en la parte trasera. Por lo que el consumidor final suele desconocer que mucho del aceite de oliva que se expone en los lineales del supermercado tiene origen español.

La cocina italiana goza de gran aceptación en el mercado neerlandés, lo cual contribuye a mejorar la percepción de los productos italianos. Por otro lado, la cocina española también recibe una gran acogida en Países Bajos pero su presencia es más limitada que la italiana. La mayoría de los restaurantes españoles se localizan en la zona del Randstad⁴, que es la zona con mayor densidad de población en Países Bajos.

Todos los factores anteriormente expuestos condicionan la percepción del consumidor sobre la calidad del producto y condicionan la decisión de compra final.

VI. DISTRIBUCIÓN

El sector de la distribución en Países Bajos se caracteriza por tener una estructura altamente concentrada. Debido al reducido tamaño del país son escasos los agentes que participan en el mercado y además, la madurez del mismo hace que los que ya están implantados posean una capacidad negociadora contra la que difícilmente pueden competir los nuevos actores.

Existen múltiples estrategias de distribución si bien, la más frecuente entre las marcas de aceite español de menor tamaño es la del importador o agente independiente. Este intermediario puede llevar el producto en exclusiva o de manera compartida con el resto de su cartera de productos, preferiblemente especializados en cocina internacional o delicatessen. El agente o importador será el que posteriormente oferte el producto al punto de venta de menor tamaño o comercializador de importaciones internacionales o alimentación gourmet. Su remuneración es en forma de comisión o salario por el servicio prestado. Los fabricantes que pueden afrontar volúmenes de producción superiores suelen acudir a la fórmula del distribuidor o al contacto directo con mayoristas neerlandeses y centrales de compra del país a los que posteriormente acuden supermercados y establecimientos de hostelería y restauración. Los principales en Países Bajos para el sector de la alimentación son Hanos B.V y Sligro B.V.

Aquellas marcas españolas que cuentan con una mayor capacidad de producción y experiencia en la internacionalización de sus productos se encuentran en Países Bajos con una implantación comercial propia, es el caso del grupo Deoleo.

Supermercados

La estructura de los supermercados en Países Bajos presenta algunas particularidades frente a la existente en España y otros países europeos. En el mercado neerlandés los hipermercados son casi inexistentes, mientras que abundan los supermercados de menor tamaño distribuidos de manera extensiva en las ciudades para ubicarse lo más cerca posible del hogar del consumidor. Estos establecimientos pertenecen a cadenas de supermercados cuyos puntos de venta se encuentran repartidos por todo el país y que gozan de gran popularidad entre la población.

A continuación se adjunta un cuadro que ilustra la cuota de mercado de las principales cadenas de supermercados:

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

Formula	2007	2008	2009	2010
Albert Heijn	29.5	31.3	32.8	33.6
C1000	14.3	13.2	11.7	11.5
Super de Boer	7.3	6.8	6.5	5.5
Jumbo	4.4	4.8	4.9	5.5
Superunie (total)	30.0	30.7	29.6	29.6
Coop	2.4	2.5	2.4	2.5
Dane	1.9	1.9	1.9	2.0
Consult Detail	-	-	4.2	4.2
Em-Te	1.3	1.7	1.8	1.9
Golf	1.0	0.9	0.8	0.6
Hoogvliet	1.9	1.9	1.9	2.0
Jan Linders	1.0	1.0	1.0	1.0
Plus	6.0	6.1	6.0	6.0
Poiesz	0.9	0.9	0.9	1.0
Fir	1.9	2.2	2.3	2.2
Vomar	-	1.6	1.7	1.7
Sanders	-	-	0.3	0.3
Aldi	8.9	8.5	8.3	7.9
Lidl	4.0	4.8	5.4	5.6
Remaining	1.5	0.7	0.8	0.8

Fuente: Distrifood

*Desde 2012 las cadenas de supermercados Super de Boer pertenecen al grupo C1000

Los supermercados operan a través de centrales de compras que son las responsables de seleccionar los productos que finalmente se comercializarán dentro de la cadena. En ocasiones, las centrales de compra controlan más de una cadena de supermercados por lo que su poder de negociación se hace aún mayor.

Los lineales de los supermercados están principalmente dominados por los aceites de marca del distribuidor, que comercializan el aceite de oliva en diferentes formatos, orígenes y sabores. La presencia de aceites italianos es considerablemente mayor que la española, la cual prácticamente se limita a la marca Carbonell.

Tiendas delicatessen

Las tiendas delicatessen constituyen el canal de distribución idóneo para aquellos exportadores españoles cuya producción no esté destinada al mercado de gran consumo.

Los aceites comercializados en estos establecimientos son de gran calidad, variados diseños y alto precio.

Las tiendas delicatessen disponen de una amplia variedad de productos alimenticios de tipo gourmet. En estos establecimientos disponen de un surtido más amplio de aceite de oliva dirigido a un público selectivo e informado que demanda productos de calidad superior. Suelen ser tiendas independientes, que se mueven dentro de un mercado fragmentado y los precios dependerán, en gran medida, del tipo de clientela y la localización del establecimiento.

En Países Bajos existe otro tipo de tiendas, que pueden clasificarse dentro de las tiendas delicatessen, cuyo surtido está compuesto exclusivamente por vinos y aceites. Además, existe otro grupo de tiendas delicatessen más reducido, que comercializa productos de origen exclusivamente español.

Los lineales de la sección de aceite de oliva están principalmente ocupados por aceites de origen italiano. El diseño de los envases es muy cuidado, las botellas de algunos modelos tienen forma de botijo, otras botellas son de vidrio, con tapón oscuro y con originales etiquetas. La originalidad de otros diseños se materializaba en el formato de las cajas que contenían las botellas de aceite, en otras ocasiones se regalaban dosificadores de aceites, etc.

Algunos fabricantes se diferencian a través de la comercialización de sus aceites con distintos sabores. Dentro de los fabricantes de aceites con sabores, algunas marcas apuestan por ofrecer “*packs*” compuestos por tres o cuatro botellas de los distintos aceites en envases de 100 ml que permiten degustar la variedad de sabores.

Canal HORECA

Los restaurantes, que generan el 60% del beneficio del sector HORECA en Países Bajos⁵, son los principales puntos de restauración donde se consume el aceite de oliva. Además, representan una excelente plataforma de promoción para el uso de aceite de oliva.

La cocina española goza de buena aceptación dentro del mercado neerlandés y existen varios restaurantes de origen español que elaboran sus platos con aceite de oliva. La mayoría de los restaurantes de origen español se encuentran en la zona del Randstad.

El canal HORECA, condiciona la acción de compra en función de la relación calidad-precio del producto. En las superficies mayoristas, que distribuyen fundamentalmente a la hostelería, podemos encontrar una mayor variedad de tamaños (de 0,25 a 5 litros) y de materiales (cristal, lata y PVC).

Los establecimientos del canal HORECA realizan sus aprovisionamientos básicamente a través de mayoristas con un amplio surtido de productos. Los principales mayoristas presentes en Países Bajos son Hanos, Sligro y Makro.

⁵ Fuente: Datamonitor

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Países Bajos, miembro de la UE desde su constitución, no tiene aranceles para las importaciones procedentes de los estados miembros como España. Únicamente habrá que tener en cuenta las medidas comunes aplicables a los intercambios comerciales de bienes entre estados miembros, tales como la restitución del IVA y la declaración del Intrastat cuando sea necesario.

El aceite de oliva comercializado en la Unión Europea y, por lo tanto, en Países Bajos está sujeto al reglamento de la CE número 29/2012 de la Comisión Europea sobre comercialización del aceite de oliva.

Así mismo, se aplican los Reglamentos 2568/91 y 1019/2002 de la CE. Además, la Comisión del Codex Alimentarius, perteneciente a la FAO, ha elaborado un código con una serie de standards sobre la calidad, higiene, componentes, etiquetado, etc. que debe cumplir el aceite de oliva (<http://www.codexalimentarius.net/>).

Países Bajos también aplica la directiva europea 76/621/CEE, que limita el máximo contenido de ácido erúico al 5% en los aceites y grasas de consumo doméstico.

Por último, el fabricante deberá tener en cuenta las normativas de etiquetado de los productos comercializados en Países Bajos, que limita la comercialización a aquellos productos con la etiqueta en idioma neerlandés. Es de aplicación la Directiva europea 2000/13/EC sobre etiquetado de productos alimentarios.

Para los **aceites de oliva ecológicos**, se aplica la normativa recogida en el Reglamento (CEE) número 2092/91 del Consejo, de 24 de junio de 1991, sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrícolas y alimenticios.

En Países Bajos, Skal es el organismo designado por el Ministerio de Agricultura, Naturaleza y Pesca para realizar las tareas de certificación de alimentos biológicos. Skal funciona, además, como organismo inspector de la producción de alimentos biológicos con el objetivo de certificar a todas aquellas empresas que cumplan los requisitos establecidos en el reglamento. Así mismo, los productos certificados como biológicos en otros países miembros de la Unión Europea por un organismo de inspección reconocido en el ámbito de la UE, pueden comercializar sus productos como tales dentro de la UE.

VIII. ANEXOS

1. EMPRESAS

Para obtener un listado de posibles socios comerciales, pueden dirigirse a la Oficina Comercial de la Embajada de España en La Haya a través de la página web <http://www.oficinascomerciales.es/> o bien a través de la dirección de correo electrónico: lahaya@comercio.mineco.es

2. FERIAS

FOOD WEEK

Tipo de feria: feria de productos alimenticios.

Esta feria ha sido tradicionalmente de carácter nacional, pero se encuentra en vías de convertirse en una feria de ámbito internacional. La feria apuesta por la incorporación de un pabellón internacional y la plaza del vino, que ocupa una posición central dentro la feria y representa una oportunidad para exponer productos y vinos procedentes de distintos países.

Localización: Jaarbeurs, Utrecht.

VNU Exhibitions

Jaarbeursplein 6

3521 AL Utrecht

Email: info@vnuexhibitions.com

www.nationalefoodweek.nl (disponible en inglés)

Persona de contacto: Sr. M. Laponder

Tel: +31 30 2952786

Fax +31 30 2952814

Email: mark.laponder@vnuexhibitions.com

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

FERIA BBB

Tipo de feria: feria para profesionales del sector horeca.

Localización: MECC Maastricht.

Información:

MECC Maastricht

PO Box 1630

6201 BP Maastricht

Tfno: +31 43 383 83 83

Fax: +31 43 383 83 00

Email: bbb@mecc.nl

www.bbbmaastricht.nl (disponible en neerlandés) y www.mecc.nl (disponible en inglés)

HORECAVA

Tipo de feria: feria del sector horeca.

Localización: RAI Amsterdam

Información:

RAI AMSTERDAM

P.O. Box 77777

1070 MS Ámsterdam

Tel. +31 20 549 12 12

Fax: +31 20 549 18 89

E-mail: mail@rai.nl

www.rai.nl y www.horecava.nl (disponible resumen en inglés)

EUROPEAN FINE FOOD FAIR

Tipo de feria: feria para profesionales de la alta gastronomía

Localización: MECC Maastricht.

MECC Maastricht

PO Box 1630

6201 BP MAASTRICHT

Tfno: +31 43 383 83 83

Fax: +31 43 383 83 00

Email: info@eff.nl

www.eff.nl (disponible en francés) y www.mecc.nl (disponible en inglés)

VAKBEURS FOODSPECIALITEITEN

Tipo de feria: feria para productos delicatessen (queso, embutidos vinos, aceite, etc.) para profesionales neerlandeses (tiendas tipo gourmet, horeca, etc.)

Localización: Euretco Expo Center, Houten

Información: Stichting Kaas- en Delicatessenwinkels Nederland

Blekerijlaan 1

3447 GR Woerden

Tel: +31 348 419 771

Fax: +31348 421 801

E-mail: info@kdwn.nl

www.kdwn.nl (disponible sólo en neerlandés)

PLMA (World of private label)

Tipo de feria: productos de marca de distribuidor o “marca blanca” (para productos alimenticios y no alimenticios)

Visita a feria: Sólo si se ha inscrito previamente detallando la actividad de la empresa.

Coste de la entrada 170€.

Participantes: fabricantes de 65 países, con más de 30 pabellones nacionales y regionales.

Visitantes: Los supermercados, hipermercados, tiendas de descuento, grandes almacenes, drugstores, mayoristas, importadores.

La feria cuenta generalmente con una participación agrupada de expositores españoles, coordinada por la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) y con apoyo del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

Localización: RAI Amsterdam

Información:

Private Label Manufacturers Association

World Trade Center, Strawinskylaan 671

1077 XX AMSTERDAM

Persona de contacto: Mr. J. Van Lier.

Tel: +31 20 5753032

Fax: +31 20 5753093

E-mail: info@plma.nl

www.plmainternational.com (disponible en cinco idiomas)

3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

Foodmagazine

Editor: Reed Business B.V.

Tel.: +31 314 349911

Fax: +31 314 349041

Contacto para publicar anuncios: food@reedbusiness.nl

<http://www.reedbusiness.nl/> (disponible en neerlandés e inglés)

Tirada: 6195 ejemplares de tirada mensual

Distrifood

Editor: Reed Business B.V.

Tel.: +31 314 349969

Fax: +31 314 349041

E-mail: klantenservice@reedbusiness.nl

Contacto para publicar anuncios: food@reedbusiness.nl

<http://www.reedbusiness.nl/> (disponible en neerlandés e inglés)

Tirada: 10.051 ejemplares, semanal

Voeding Nu

Editor: Noordervliet Media B.V.

Redactie Voeding Nu

Tel: +31 30 635 85 85

Fax: +31 30 635 85 00

E-mail: info@noordervlietmedia.nl

www.voedingnu.nl / www.noordervliet.nl (disponible sólo en neerlandés)

Tirada: 5.054 ejemplares, 10x año

Levensmiddelenkrant

Editor: Ondernemers Pers Nederland B.V.

Tel: +31 172 53 78 79

Fax: +31 172 53 94 77

Director: E van den Broek

E-mail: Eric@levensmiddelenkrant.com

www.levensmiddelenkrant.com

Tirada: 12.114 ejemplares, semanal

EL MERCADO DE ACEITE DE OLIVA EN PAISES BAJOS

Lekker nijver

Editorial: Vakcentrum Kaas & Delicatessenwinkels Nederland

Persona de Contacto: Barend Koelman

Tel: +31 348 419771

Fax: +31 348 421801

E-mail: info@kdwn.nl info@vakcentrum.nl

www.vakcentrum.nl

4. ASOCIACIONES

Produktschap Margarine, Vetten & Oliën

Organización Interprofesional de Margarina, Grasas y Aceites.

PO Box 3095

2280 GB Rijswijk

Tel: +31 (0) 70 3195195

Fax: +31 (0) 70 3195196

URL: www.mvo.nl (disponible en inglés)

E-mail: info@mvo.nl

Hoofdbedrijfschap Detailhandel

Asociación de comercio minorista

Postbus 90703

2509 LS Den Haag

Países Bajos

Tel.: +31 70 338 56 00

Fax: +31 70 338 57 11

E-mail: info@hbd.nl

<http://www.hbd.nl>

(disponible en neerlandés)

5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit

Ministerio de Agricultura, Naturaleza y Calidad Alimenticia

Postbus 20401

2500 EK Den Haag

Países Bajos

Tel.: +31 70 378 6868

Para rellenar el formulario de contacto:

http://www.hetInVloket.nl/portal/page?_pageid=122,1780572&_dad=portal&_schema=PORTAL

<http://www.minInv.nl>

(disponible en neerlandés e inglés)

Voedsel en Waren Autoriteit

(Autoridad para la Seguridad de los Alimentos y Productos de Consumo)

Postbus 19506

2500 CM Den Haag

Países Bajos

Tel: +31 70 448 4848

Fax: +31 70 448 4747

E-mail: info@vwa.nl

<http://www.vwa.nl> (disponible en neerlandés e inglés)

Ministerie van Volksgezondheid Welzijn en Sport Directie Gezondheid Afdeling Voeding en Veterinair Beleid

Ministerio de Sanidad Pública, Bienestar y Deporte

Dirección de Sanidad

Departamento de Productos Alimenticios y de Veterinaria

PO Box 20350

2500 EJ Den Haag

Tef: +31 (0) 70 340 79 11

Fax: +31 (0) 70 340 78 34

www.minvws.nl (disponible en inglés y neerlandés)

Se podrá rellenar el formulario de contacto en el siguiente link:

<http://www.minvws.nl/en/contact/do-you-have-a-question/default.asp>

CBL Centraal Bureau Levensmiddelenhandel

(Organización de los supermercados)

PO Box 262

2260 AG

Leidschendam

Tel: +31 70 33 76 200

Fax: +31 70 31 76 887

Email: miranda.boer@cbl.nl

<http://www.cbl.nl> (disponible en neerlandés e inglés)

Skal Bio Controle

(Organismo de certificación de Alimentos Biológicos)

PO Box 384

8000 AJ Zwolle

Tel: +31 38 426 8181

Fax: +31 38 426 8182

Email: info@skal.nl

www.skal.nl (disponible en neerlandés e inglés)

ICEX