



ESTUDIOS
DE MERCADO

2018



El mercado del aceite de oliva en Bélgica

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Bruselas

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIOS
DE MERCADO

11 de mayo de 2018
Bruselas

Este estudio ha sido realizado por
Álvaro Pérez López y Susana Ruiz-Larrea Rodríguez

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Bruselas.

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 060-18-042-8



Índice

1. Resumen ejecutivo	4
2. Definición del sector	6
3. Oferta – Análisis de competidores	8
3.1. Cifras del sector	8
3.2. Ranking de proveedores	13
3.3. Tamaño del mercado	16
3.4. Producción	19
3.5. Exportaciones	20
3.6. Ranking mundial	25
4. Demanda	27
5. Precios	30
6. Percepción del producto español	34
7. Canales de distribución	35
8. Acceso al mercado – Barreras	37
9. Perspectivas del sector	38
10. Oportunidades	39
11. Información práctica	40





1. Resumen ejecutivo

En los últimos años, Bélgica ha experimentado un cambio progresivo en el comportamiento del consumidor, cada vez más concienciado con la importancia de la alimentación en la salud. Esto ha provocado un incremento en la demanda de productos más saludables, como es el caso del aceite de oliva o las margarinas con vitaminas, bajas en grasas o con propiedades para reducir el colesterol.

Así, el mercado de los aceites y las grasas en Bélgica en el año 2017 alcanza, según los últimos datos proporcionados por Euromonitor, 462 millones de euros, con un consumo anual de 113.000 toneladas. Entre 2012 y 2017, el sector de los aceites y las grasas en Bélgica ha experimentado un descenso del 2,82 % en valor y del 2,57 % en volumen. Sin embargo, si nos centramos en el aceite de oliva, observamos que la evolución en este periodo es positiva tanto en valor, con un 7,80 %, como en volumen, con un 7,02 %. Asimismo, según datos de Euromonitor, la evolución del precio por kilo también es positiva (0,74 %), con un valor de venta en el año 2017 de 6,32 €/kg, estimándose que los precios de importación, según datos de Euroestacom, son de 3,87 €/kg.

A pesar del aumento del consumo de los últimos años y de que la tendencia es positiva, el consumo de aceite de oliva en Bélgica continúa siendo bajo en comparación con el del resto de los productos del sector, pero ha aumentado en los últimos años y parece que la tendencia va a seguir siendo positiva. El consumo per cápita es mucho menor que en otros países europeos (1,35 litros con respecto a los 10,77 litros que se consumen en España), por lo que su margen de crecimiento todavía es amplio.

En cuanto a la producción local de aceite de oliva en Bélgica es nula ya que carece de las condiciones climatológicas y terrenos óptimos para la explotación de olivos. Los estados de la UE/27 producen cerca del 75% del total, mientras que los países africanos y de oriente medio aportan un 24%.

Por lo que respecta a las importaciones, en el año 2017, Bélgica importó 17.423,50 toneladas de aceite de oliva por un valor total de 74,99 millones de euros. Si comparamos las importaciones del año 2017 con las del año 2012, observamos que han pasado de 53,43 millones de euros a 74,99 en valor, con una evolución en promedio del 25,47 %. En volumen, han pasado de 17.535,60 toneladas en el año 2012 a 17.423,50 en el año 2017, con una evolución en promedio del 4,21 %. Por tanto, el hecho de que las importaciones en volumen bajen y el precio suba nos indica que los



consumidores se decantan por la compra de aceites de mayor calidad y que el precio del aceite de oliva ha aumentado.

En cuanto a las exportaciones, en el año 2017, Bélgica exportó 2.962,70 toneladas de aceite de oliva por un valor total de 13,36 millones de euros. Si comparamos las exportaciones del año 2017 con las del año 2012, observamos que han pasado de 12,55 millones de euros a 13,36 millones de euros, con una evolución en promedio del 20,67 % en valor. En volumen, han pasado de 4.554,50 toneladas a 2.966,70 toneladas, con una evolución negativa en promedio del 6,16 %. Esto nos indica que el precio del aceite de oliva se ha encarecido y ha pasado de 2,76 €/kg en el año 2012 a 4,51 €/kg, con una evolución en promedio del 28,10 %.

Es importante destacar que, en el ranking de proveedores de aceite de oliva en Bélgica, España se sitúa en primer lugar tanto en valor, con un 55 % de la cuota de mercado, como en volumen, con un 58 % de la cuota de mercado. También comprobamos que la evolución en valor es positiva (39,40 %), mientras que la evolución en volumen desciende ligeramente (0,69 %), lo que significa que el precio de las importaciones españolas de aceite de oliva se ha encarecido, con una evolución del 39,97 % y un precio de las importaciones de 4,05 €/kg.

A pesar de que España ocupa el primer lugar en el ranking de proveedores de aceite de oliva en Bélgica, en los supermercados, la percepción acerca del origen del aceite no se corresponde con esta realidad. Una de las razones es que buena parte del aceite español es comercializado por las grandes cadenas como su aceite (marca blanca), mientras que marcas procedentes, en particular, de Italia, se distinguen más claramente como originarias de esos países.

2. Definición 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 (COI). Sus pautas, adoptadas durante el 74º congreso del COI el 6 de junio de 1996, son reconocidas 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 estándares del COI:

- aceite de oliva
- aceite de oliva virgen
- aceite de oliva 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 subclasificar también en diferentes tipos en función de su pureza.

La clasificación arancelaria TARIC incluye las “Grasas y aceites animales o vegetales” en su capítulo 15. Dentro de éste se encuentra la partida 15.09 ACEITE DE OLIVA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE.

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 Bélgica.

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.

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

TIPOS DE ACEITE EN FUNCIÓN DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Aceites de oliva autorizados para la 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

Tabla 1. Tipos de aceite en función de los canales de comercialización. Fuente: COI.

3. Oferta – Análisis de competidores

3.1. Cifras del sector

En el año 2017, Bélgica importó 17.423,50 toneladas de aceite de oliva por un valor total de 74,99 millones de euros. Si comparamos las importaciones del año 2017 con las del año 2012, observamos que han pasado de 53,43 millones de euros a 74,99 en valor, con una evolución en promedio del 25,47 %. En volumen, han pasado de 17.535,60 toneladas en el año 2012 a 17.423,50 en el año 2017, con una evolución en promedio del 4,21 %.

VALOR DE LAS IMPORTACIONES

Millones de euros

TARIC	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Evolución 2012 - 2017 ¹
1509 – Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente	53,43	70,30	62,03	71,58	86,51	74,99	25,47 %
150910 – Aceite de oliva virgen y sus fracciones, pero sin modificar químicamente	40,28	56,68	49,01	55,45	72,56	57,71	27,23 %
150990 – Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente (excepto virgen)	13,16	13,62	13,03	16,12	13,95	17,29	18,96 %

Tabla 2. Valor de las importaciones en millones de euros. Fuente: Euroestacom.

¹ Evolución calculada de la siguiente forma: $(2015 + 2016 + 2017) - (2012 + 2013 + 2014) / (2012 + 2013 + 2014) * 100$.



VOLUMEN DE LAS IMPORTACIONES

Toneladas

TARIC	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Evolución 2012 - 2017
1509 – Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente	17.535,60	19.295,90	19.115,30	18.248,40	22.634,80	17.423,50	4,21 %
150910 – Aceite de oliva virgen y sus fracciones, pero sin modificar químicamente	14.817,60	16.940,50	16.109,40	14.695,30	19.206,60	12.892,90	-2,24 %
150990 – Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente (excepto virgen)	2.718,00	2.355,40	3.005,90	3.553,10	3.428,20	4.530,60	42 %

Tabla 3. Volumen de las importaciones en toneladas. Fuente: Eurostat.com.

Es importante destacar que la partida de aceite de oliva virgen y sus fracciones, pero sin modificar químicamente tiene una evolución positiva en promedio del 27,23 % en valor pero desciende un 2,24 % en volumen, lo que significa que este tipo de aceite importado en el mercado belga se ha encarecido. Asimismo, podemos observar que la partida de aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado pero sin modificar químicamente (excepto virgen) tiene una mayor evolución en promedio en valor (18,96 %) que en volumen (42 %), lo que significa que las importaciones de este tipo de aceite son más baratas.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES EN VALOR

Millones de euros

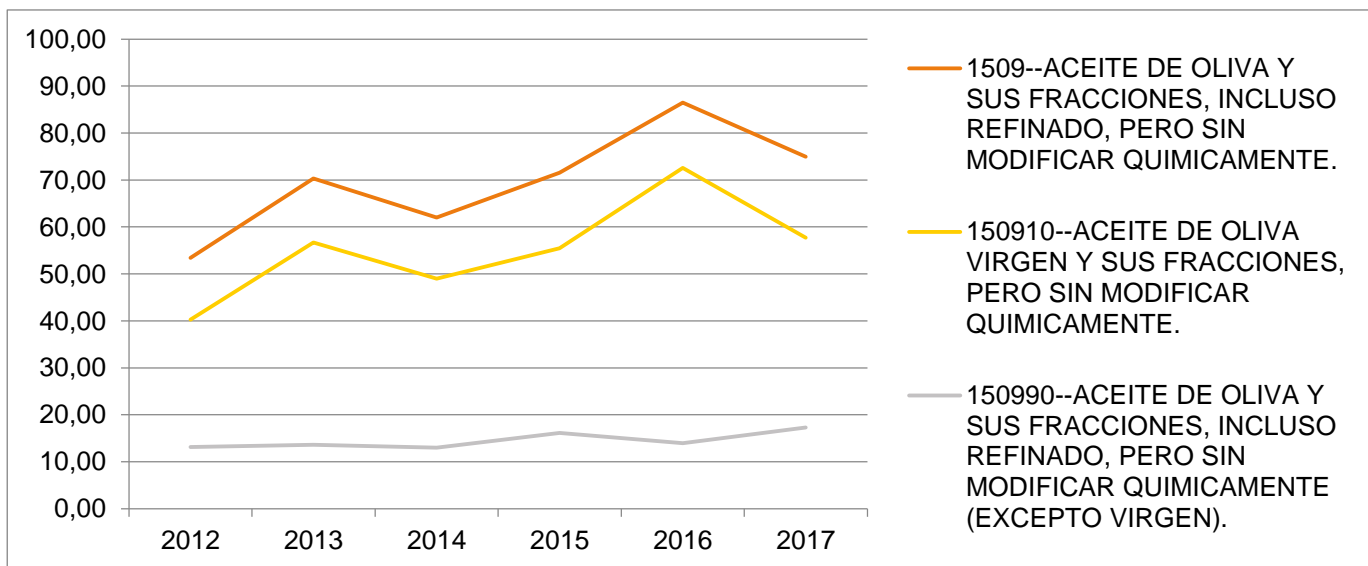


Gráfico 1. Evolución de las importaciones en valor. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Euroestacom.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES EN VOLUMEN

Toneladas

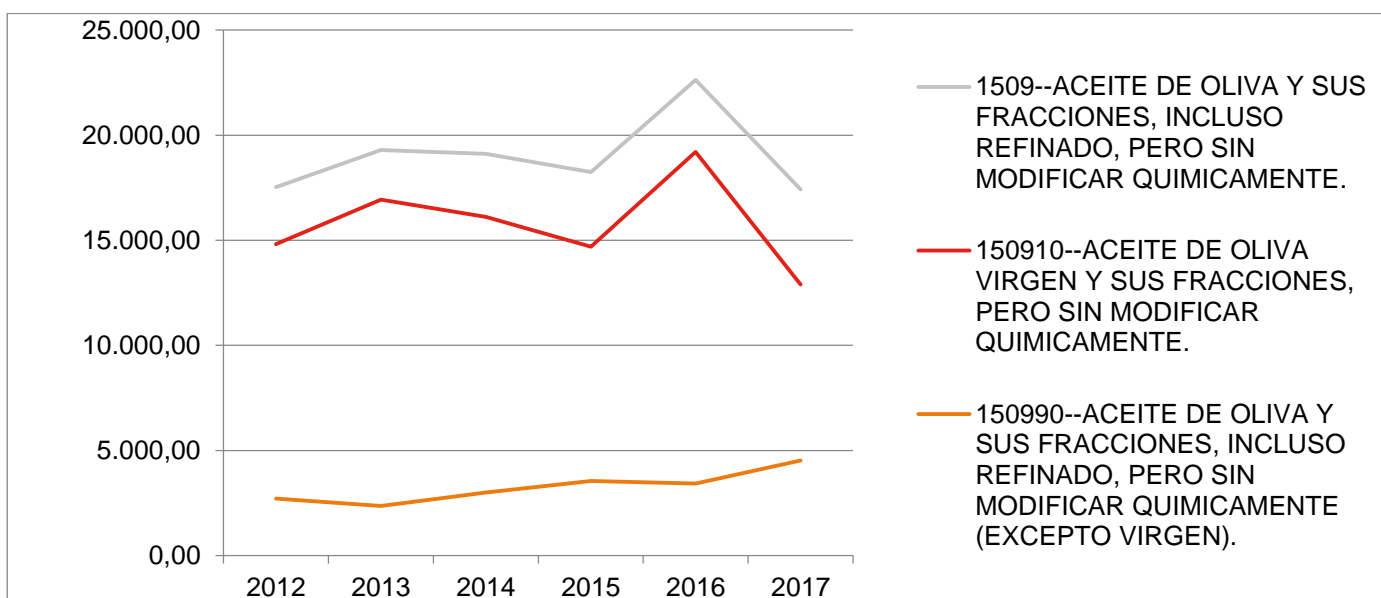


Gráfico 2. Evolución de las importaciones en volumen. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Euroestacom.

La mayoría del aceite de oliva importado por Bélgica en el año 2017 pertenece a la partida de aceite de oliva virgen y sus fracciones, pero sin modificar químicamente, con una cuota de mercado del 77 % en valor y 74 % en volumen, tal y como podemos apreciar en los siguientes gráficos.

CUOTA DE LAS IMPORTACIONES POR PARTIDA

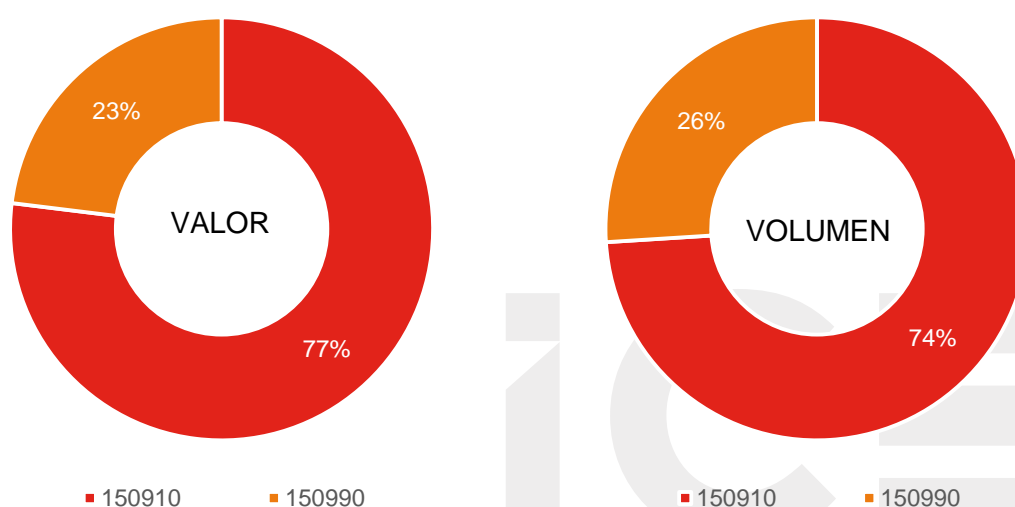


Gráfico 3. Cuota de las importaciones por partida en valor y en volumen. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Eurostatcom.

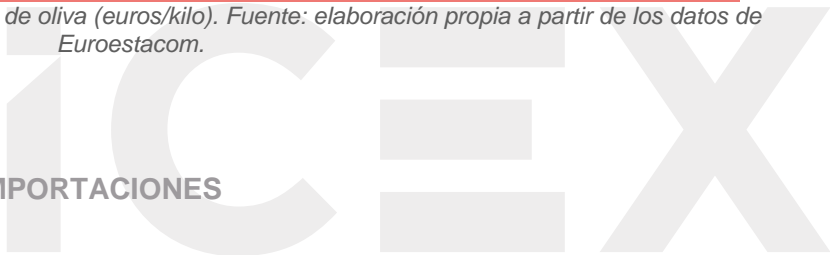
En la siguiente tabla podemos observar el precio de las importaciones del aceite de oliva (euros/kilo) del 2012 al 2017 y su evolución. En general, la partida 1509 tiene una evolución positiva del 17 %, lo que significa que el precio/kilo ha aumentado; sin embargo, la partida del aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente (excepto virgen) tiene una evolución negativa del 17 %, por lo que el precio/kilo desciende de 4,36 € en el año 2012 a 3,43 € en el año 2017.

PRECIO DE LAS IMPORTACIONES DEL ACEITE DE OLIVA

€/kg

TARIC	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Evolución 2012 - 2017
1509 – Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente	3,05	3,28	2,92	3,53	3,44	3,87	17 %
150910 – Aceite de oliva virgen y sus fracciones, pero sin modificar químicamente	2,45	3,01	2,74	3,40	3,40	4,03	32 %
150990 – Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente (excepto virgen)	4,36	5,20	3,90	4,08	3,66	3,43	-17 %

Tabla 4. Precio de las importaciones del aceite de oliva (euros/kilo). Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Euroestacom.



EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE LAS IMPORTACIONES

€/kg

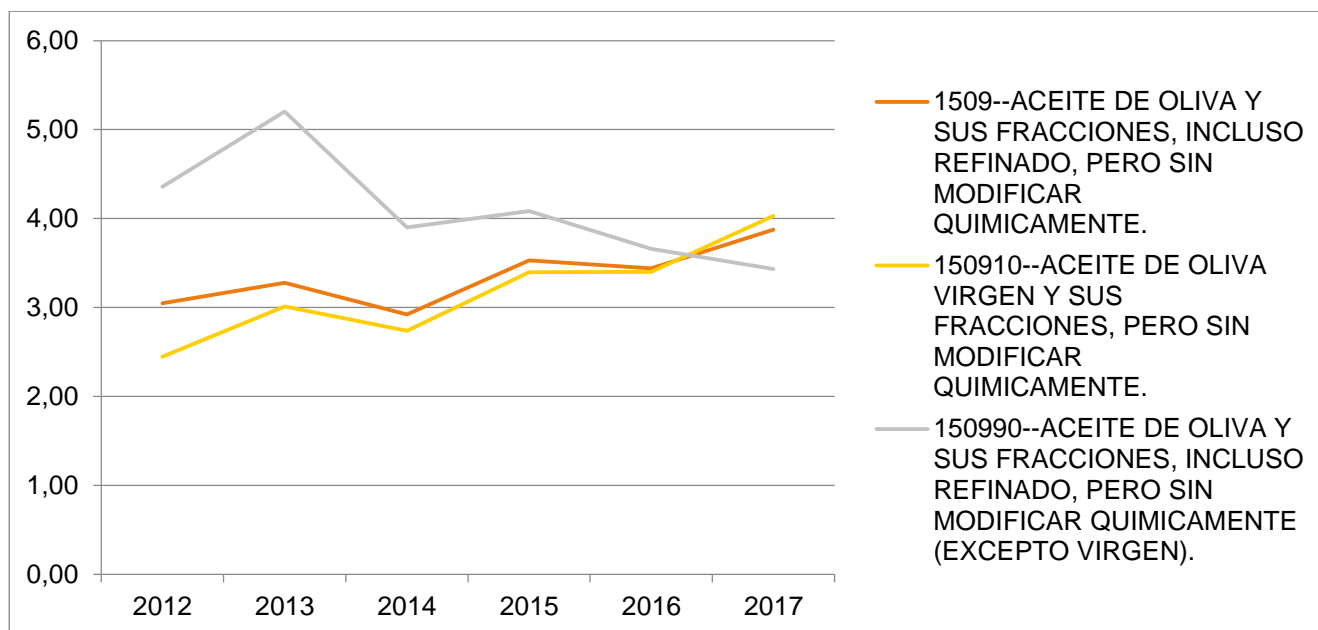


Gráfico 4. Evolución del precio de las importaciones del aceite de oliva (€/kg). Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Euroestacom.

3.2. Ranking de proveedores

Como podemos observar en las siguientes tablas, España se sitúa en primer lugar en el ranking de proveedores de aceite de oliva en Bélgica tanto en valor, con un 55 % de la cuota de mercado, como en volumen, con un 58 % de la cuota de mercado. También comprobamos que la evolución en valor es positiva (39,40 %), mientras que la evolución en volumen desciende ligeramente (0,69 %), lo que significa que el precio de las importaciones españolas de aceite de oliva se ha encarecido, con una evolución del 39,97 % y un precio de las importaciones de 4,05 €/kg.

PAÍSES PROVEEDORES DE ACEITE DE OLIVA EN BÉLGICA EN VALOR

Millones de euros

Países	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Evolución 2012 - 2017
España	19,05	27,40	20,07	24,66	29,87	38,20	39,40 %
Italia	15,17	17,43	15,59	18,99	18,58	14,47	7,98 %
Francia	12,62	15,22	14,22	16,13	15,26	11,00	0,78 %
Túnez	0,40	1,93	2,73	3,68	12,09	3,28	276,48 %
Países Bajos	2,03	2,20	2,51	2,78	4,33	2,57	43,62 %
Grecia	1,69	2,25	1,97	2,00	2,45	2,55	18,44 %
Alemania	0,25	0,47	0,72	0,39	0,76	0,86	39,58 %
Portugal	0,88	1,87	1,89	1,64	0,90	0,82	-27,59 %
Reino Unido	0,04	0,09	0,11	0,11	0,30	0,45	258,33 %
Marruecos	0,89	0,86	1,68	0,55	1,50	0,33	-30,61 %

Tabla 5. Ranking de países proveedores de aceite de oliva en Bélgica en valor (millones de euros). Fuente: Euroestacom.

PAÍSES PROVEEDORES DE ACEITE DE OLIVA EN BÉLGICA EN VOLUMEN

Toneladas

Países	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Evolución 2012 - 2017
España	8.393,20	8.911,40	7.755,90	7.016,60	8.434,60	9.436,90	-0,69 %
Italia	5.018,00	4.608,90	5.135,10	4.649,20	4.497,30	3.030,80	-17,51 %
Francia	1.968,60	2.852,00	2.287,80	3.630,60	3.943,40	2.534,80	42,21 %
Túnez	146,00	671,00	812,00	911,20	3.054,30	729,10	188,19 %
Países Bajos	691,70	676,40	741,20	719,40	1.254,20	672,80	25,46 %
Grecia	416,40	502,00	869,10	383,10	500,00	459,90	-24,87 %
Alemania	57,70	105,70	179,50	72,20	148,50	153,10	9,01 %
Portugal	386,20	610,60	703,90	541,50	222,90	140,20	-46,81 %
Marruecos	330,40	229,40	471,60	152,20	415,60	102,00	-35,06 %
Reino Unido	10,10	19,60	46,80	17,40	57,40	72,90	93,07 %

Tabla 6. Ranking de países proveedores de aceite de oliva en Bélgica en volumen (toneladas). Fuente: Euroestacom.

PAÍSES Y PRECIOS

€/Kg

Países	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Evolución 2012 - 2017
España	2,27	3,07	2,59	3,51	3,54	4,05	39,97 %
Italia	3,02	3,78	3,04	4,08	4,13	4,77	31,91 %
Francia	6,41	5,34	6,22	4,44	3,87	4,34	-29,60 %
Túnez	2,74	2,88	3,36	4,04	3,96	4,50	39,20 %
Países Bajos	2,93	3,26	3,39	3,86	3,45	3,82	16,18 %
Grecia	4,06	4,48	2,27	5,22	4,9	5,54	44,87 %
Alemania	4,33	4,45	4,01	5,40	5,12	4,44	16,97 %
Portugal	2,28	3,06	2,69	3,03	4,04	5,85	60,90 %
Marruecos	2,69	3,75	3,56	3,61	3,61	3,24	4,6 %
Reino Unido	3,96	4,59	2,35	6,32	5,23	6,17	62,57 %

Tabla 7. Ranking de países y precio de las importaciones del aceite de oliva (euros/kilo). Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Euroestacom.

EVOLUCIÓN DEL PRECIO DEL ACEITE DE OLIVA

€/Kg

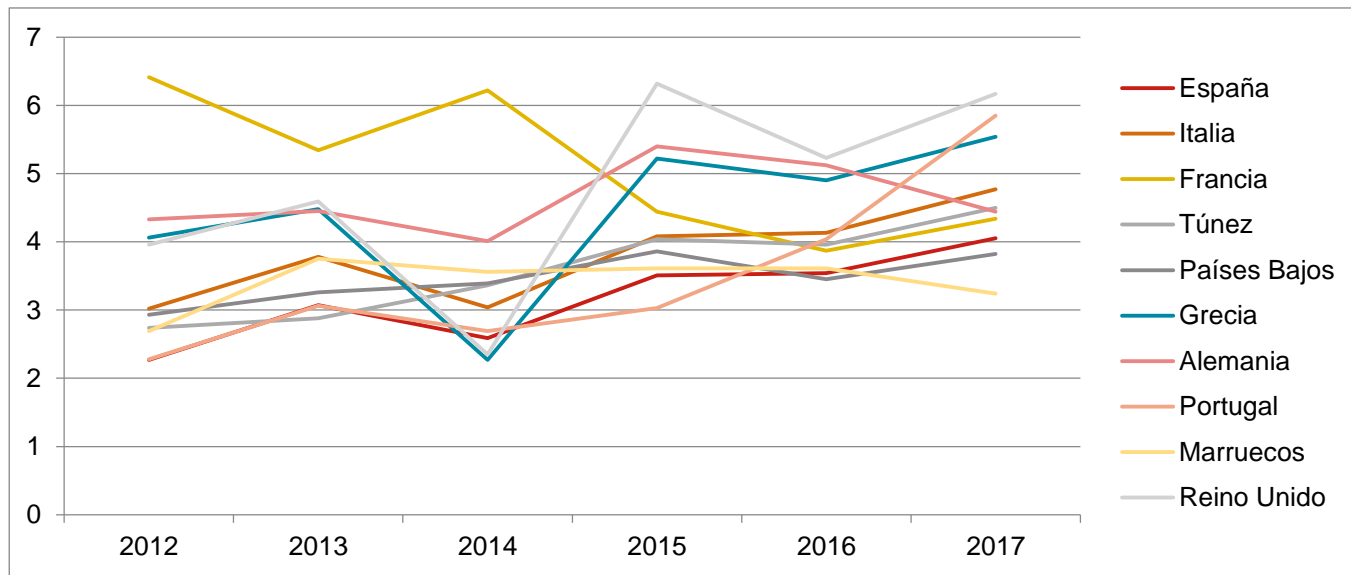


Gráfico 5. Evolución del precio del aceite de oliva (euros/kilo). Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Euroestacom.

CUOTA DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES DE ACEITE DE OLIVA EN BÉLGICA

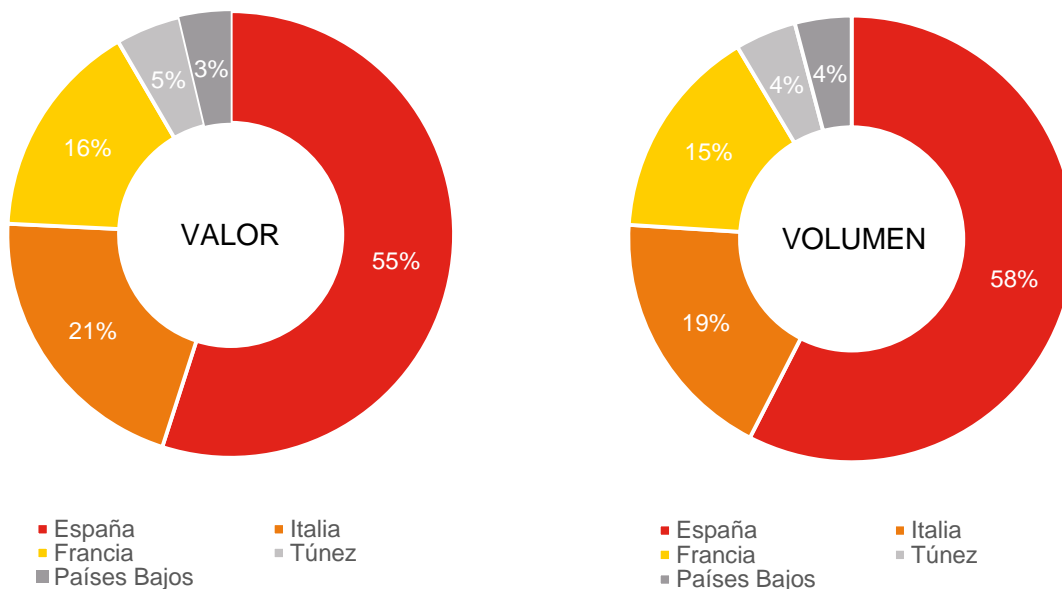


Gráfico 6. Cuota de los principales proveedores de aceite de oliva en Bélgica. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Euroestacom.

3.3. Tamaño del mercado

El mercado de los aceites y las grasas en Bélgica en el año 2017 alcanza, según los últimos datos proporcionados por Euromonitor, 462 millones de euros, con un consumo anual de 113.000 toneladas. Entre 2012 y 2017, el sector de los aceites y las grasas en Bélgica ha experimentado un descenso del 2,82 % en valor y del 2,57 % en volumen. Sin embargo, si nos centramos en el aceite de oliva, observamos que la evolución en este periodo es positiva tanto en valor, con un 7,80 %, como en volumen, con un 7,02 %. Asimismo, la evolución del precio por kilo también es positiva (0,74 %), con un valor en el año 2017 de 6,32 €/kg.

En los últimos años, Bélgica ha experimentado un cambio progresivo en el comportamiento del consumidor, cada vez más concienciado con la importancia de la alimentación en la salud. Esto ha provocado un incremento en la demanda de productos más saludables, especialmente el aceite de oliva o las margarinas con vitaminas, bajas en grasas o con propiedades para reducir el colesterol.

El consumo de aceite de oliva en Bélgica continúa siendo bajo en comparación con el del resto de los productos del sector, pero ha aumentado en los últimos años y parece que la tendencia va a seguir siendo positiva. Además, los fabricantes de aceite de oliva siguen centrando sus esfuerzos en promoverlo como una alternativa para cocinar de forma más saludable. El consumo per cápita es mucho menor que en otros países europeos, por lo que su margen de crecimiento todavía es amplio.

VENTAS DE ACEITE Y GRASAS EN VALOR

Millones de euros

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Evolución 2012 - 2017
Mantequilla	133,2	131,2	130,6	128,5	126,8	125,7	-3,54 %
Grasas para cocinar	12,9	12,6	12,3	11,9	11,6	11,3	-7,93 %
Margarina	89,0	84,2	81,5	78,3	75,7	74,1	-10,44 %
Aceite de oliva	60,0	62,9	65,5	66,5	67,7	68,9	7,80 %
Aceites y grasas para untar	105,8	105,2	104,5	103,1	101,7	100,9	-3,11 %
Aceites vegetales	81,4	82,8	84	82,7	82	81,6	-0,76 %
Total	482,5	478,8	478,4	471,1	465,5	462,5	-2,82 %

Tabla 8. Ventas de aceite y grasas en valor (en millones de euros). Fuente: Euromonitor.



VENTAS DE ACEITE Y GRASAS EN VOLUMEN

Miles de toneladas

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Evolución 2012 - 2017
Mantequilla	19,5	19,4	19,4	19,3	19,1	19	-1,54 %
Grasas para cocinar	1,9	3,8	3,7	3,6	3,6	3,5	13,82 %
Margarina	29,3	28,0	27,2	26,5	25,9	25,4	-7,93 %
Aceite de oliva	9,7	10,0	10,2	10,4	10,7	10,9	7,02 %
Aceites y grasas para untar	19,3	19,0	18,9	18,7	18,5	18,4	-2,80 %
Aceites vegetales	36,4	36,3	36,1	35,9	35,9	35,8	-1,10 %
Total	118,2	116,5	115,5	114,5	113,6	113,1	-2,57 %

Tabla 9. Ventas de aceite y grasas en volumen (en miles de toneladas). Fuente: Euromonitor.

PRECIO DE LAS VENTAS DE ACEITE Y GRASAS

€/kg

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Evolución 2012 - 2017
Mantequilla	6,83	6,76	6,73	6,66	6,64	6,62	-1,97 %
Grasas para cocinar	6,79	3,32	3,32	3,31	3,22	3,23	-27,32 %
Margarina	3,04	3,01	2,99	2,95	2,92	2,92	-2,77 %
Aceite de oliva	6,19	6,29	6,42	6,39	6,33	6,32	0,74 %
Aceites y grasas para untar	5,48	5,54	5,53	5,51	5,50	5,48	-0,36 %
Aceites vegetales	2,24	2,28	2,33	2,30	2,28	2,28	0,14 %

Tabla 10. Precio de las ventas de aceite y grasas (euros/kilo). Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Euromonitor.

EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE LAS VENTAS DE ACEITES Y GRASAS

€/kg

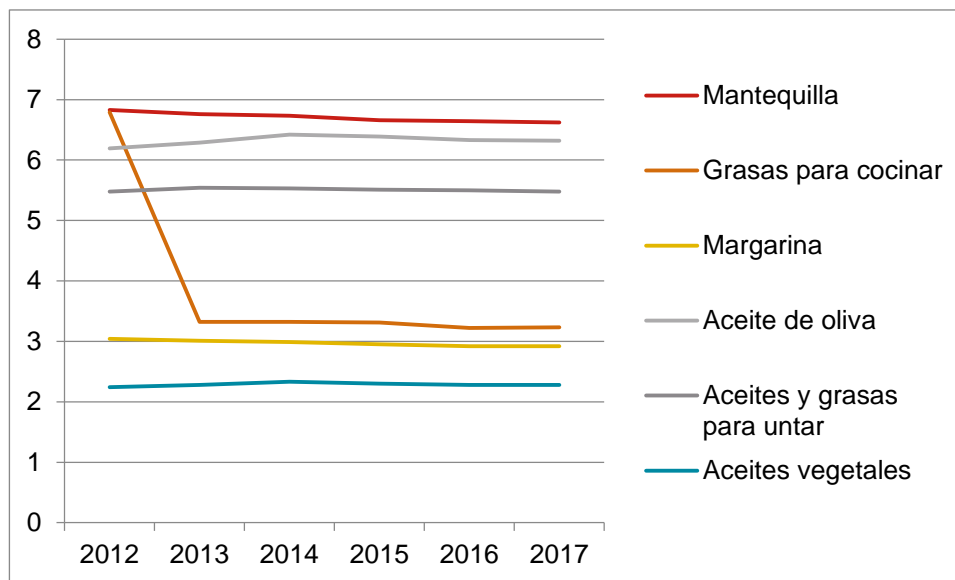


Tabla 11. Evolución del precio de las ventas de aceites y grasas (euros/kilo). Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Euromonitor.

CUOTA DE LAS VENTAS DE ACEITE Y GRASAS EN VALOR

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Evolución 2012 - 2017
Mantequilla	27,61 %	27,40 %	27,30 %	27,28 %	27,24 %	27,18 %	-0,74 %
Grasas para cocinar	2,67 %	2,63 %	2,57 %	2,53 %	2,49 %	2,44 %	-5,21 %
Margarina	18,45 %	17,59 %	17,04 %	16,62 %	16,26 %	16,02 %	-7,87 %
Aceite de oliva	12,44 %	13,14 %	13,69 %	14,12 %	14,54 %	14,90 %	10,92 %
Aceites y grasas para untar	21,93 %	21,97 %	21,84 %	21,88 %	21,85 %	21,82 %	-0,29 %
Aceites vegetales	16,87 %	17,29 %	17,56 %	17,56 %	17,62 %	17,64 %	2,13 %

Tabla 12. Cuota de las ventas de aceite y grasas en valor. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Euromonitor.

CUOTA DE LAS VENTAS DE ACEITE Y GRASAS EN VOLUMEN

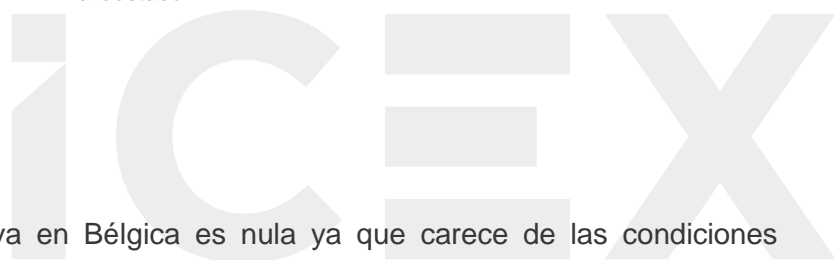
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Evolución 2012 - 2017
Mantequilla	16,50 %	16,65 %	16,80 %	16,86 %	16,81 %	16,80 %	1,04 %
Grasas para cocinar	1,61 %	3,26 %	3,20 %	3,14 %	3,17 %	3,10 %	16,60 %
Margarina	24,79 %	24,03 %	23,55 %	23,14 %	22,80 %	22,46 %	-5,49 %
Aceite de oliva	8,21 %	8,58 %	8,83 %	9,08 %	9,42 %	9,64 %	9,84 %
Aceites y grasas para untar	16,33 %	16,31 %	16,36 %	16,33 %	16,29 %	16,27 %	-0,22 %
Aceites vegetales	30,80 %	31,16 %	31,26 %	31,35 %	31,60 %	31,65 %	1,48 %

Tabla 13. Cuota de las ventas de aceite y grasas en volumen. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Euroestacom.

3.4. Producción

La producción local de aceite de oliva en Bélgica es nula ya que carece de las condiciones climatológicas y terrenos óptimos para la explotación de olivos.

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 1.401.600 toneladas procesadas en la campaña 2015/2016. Muy por debajo le siguen Italia (474.600 toneladas) y Grecia (320.000 toneladas).



PRINCIPALES PAÍSES PRODUCTORES DE ACEITE DE OLIVA

Miles de toneladas

	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016
España	1.615	618,2	1.781,5	842,2	1.401,6
Italia	399,2	415,5	463,7	222	474,6
Grecia	294,6	357,9	132	300	320
Turquía	191	195	135	160	143
Túnez	182	220	10	340	140
Marruecos	120	100	130	120	130
Siria	198	175	180	105	110
Portugal	76,2	59,2	91,6	61	109,1
Argelia	39,5	66	44	69,5	83,5

Tabla 14. Principales países productores de aceite de oliva en el mundo (en miles de toneladas). Fuente: COI.

3.5. Exportaciones

En el año 2017, Bélgica exportó 2.962,70 toneladas de aceite de oliva por un valor total de 13,36 millones de euros. Si comparamos las exportaciones del año 2017 con las del año 2012, observamos que han pasado de 12,55 millones de euros a 13,36 millones de euros, con una evolución en promedio del 20,67 % en valor. En volumen, han pasado de 4.554,50 toneladas a 2.966,70 toneladas, con una evolución negativa en promedio del 6,16 %. Esto nos indica que el precio del aceite de oliva se ha encarecido y ha pasado de 2,76 €/kg en el año 2012 a 4,51 €/kg, con una evolución en promedio del 28,10 %.

VALOR DE LAS EXPORTACIONES

Millones de euros

TARIC	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Evolución 2012 - 2017
1509 – Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente	12,55	18,51	12,26	15,67	22,04	13,36	20,67 %
150910 – Aceite de oliva virgen y sus fracciones, pero sin modificar químicamente	11,21	17,15	10,92	14,60	20,85	10,80	17,74 %
150990 – Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente (excepto virgen)	1,33	1,35	1,33	1,07	1,18	2,56	19,95 %

Tabla 15. Valor de las exportaciones en millones de euros. Fuente: Euroestacom.

VOLUMEN DE LAS EXPORTACIONES

Toneladas

TARIC	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Evolución 2012 - 2017
1509 – Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente	4.554,50	5.379,60	3.797,50	4.258,50	5.664,50	2.962,70	-6,16 %
150910 – Aceite de oliva virgen y sus fracciones, pero sin modificar químicamente	4.084,90	4.964,10	3.383,30	3.917,70	5.264,50	2.321,20	-7,47 %
150990 – Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente (excepto virgen)	469,60	415,50	414,20	340,80	400,00	641,50	6,39 %

Tabla 16. Volumen de las exportaciones en toneladas. Fuente: Euroestacom.

PRECIO DE LAS EXPORTACIONES

€/kg

TARIC	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Evolución 2012 - 2017
1509 – Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente	2,76	3,44	3,23	3,68	3,89	4,51	28,10 %
150910 – Aceite de oliva virgen y sus fracciones, pero sin modificar químicamente	2,74	3,45	3,23	3,73	3,96	4,65	30,99 %
150990 – Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente (excepto virgen)	2,83	3,25	3,21	3,14	2,95	3,99	8,50 %

Tabla 17. Precio de las exportaciones del aceite de oliva (euros/kilo). Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Euroestacom.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES EN VALOR

Millones de euros

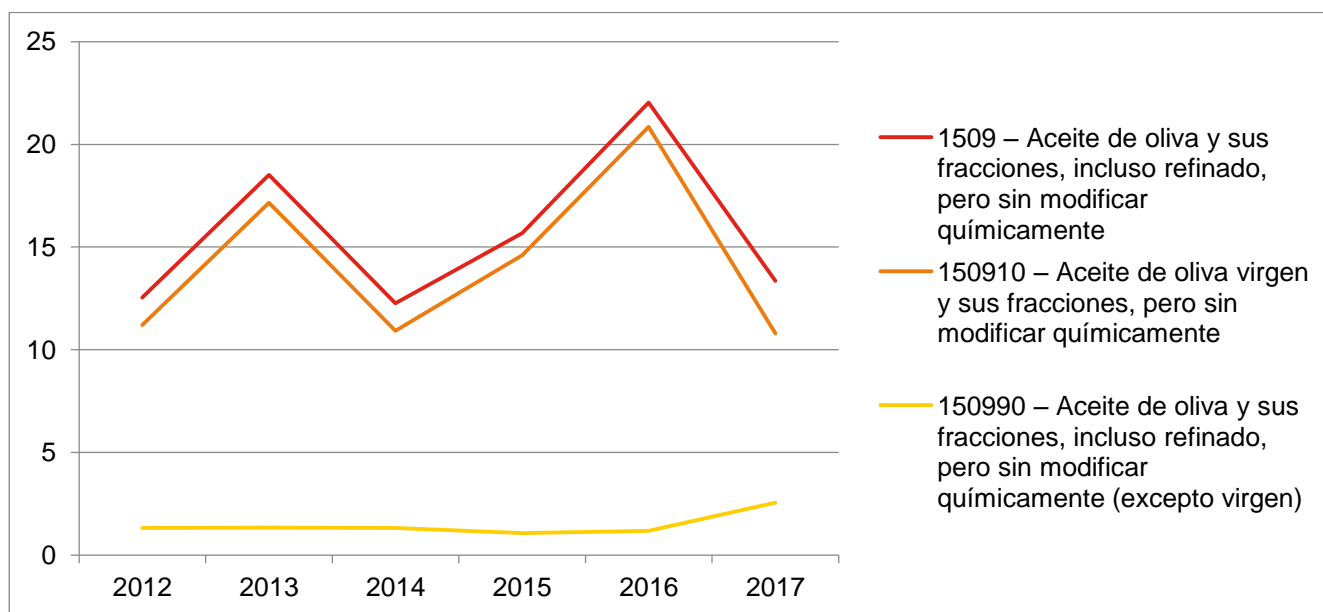


Gráfico 7. Evolución de las exportaciones en valor. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Euroestacom.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES EN VOLUMEN

Toneladas

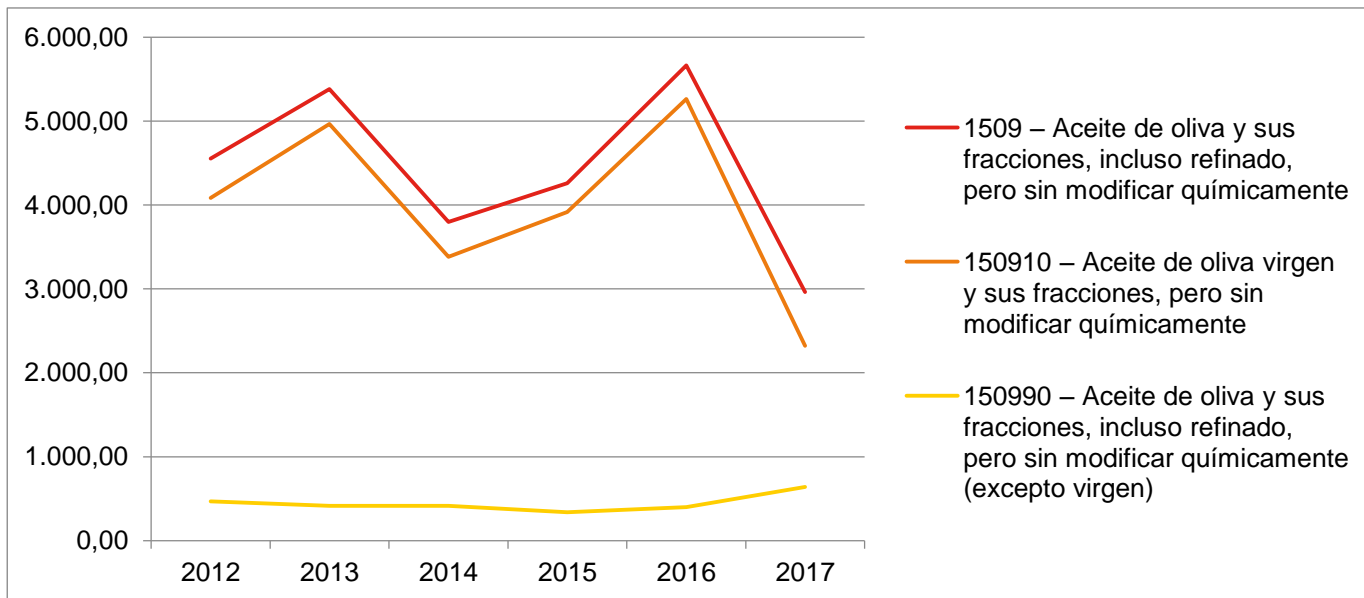


Gráfico 8. Evolución de las exportaciones en volumen. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Euroestacom.

EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE LAS EXPORTACIONES

€/kg

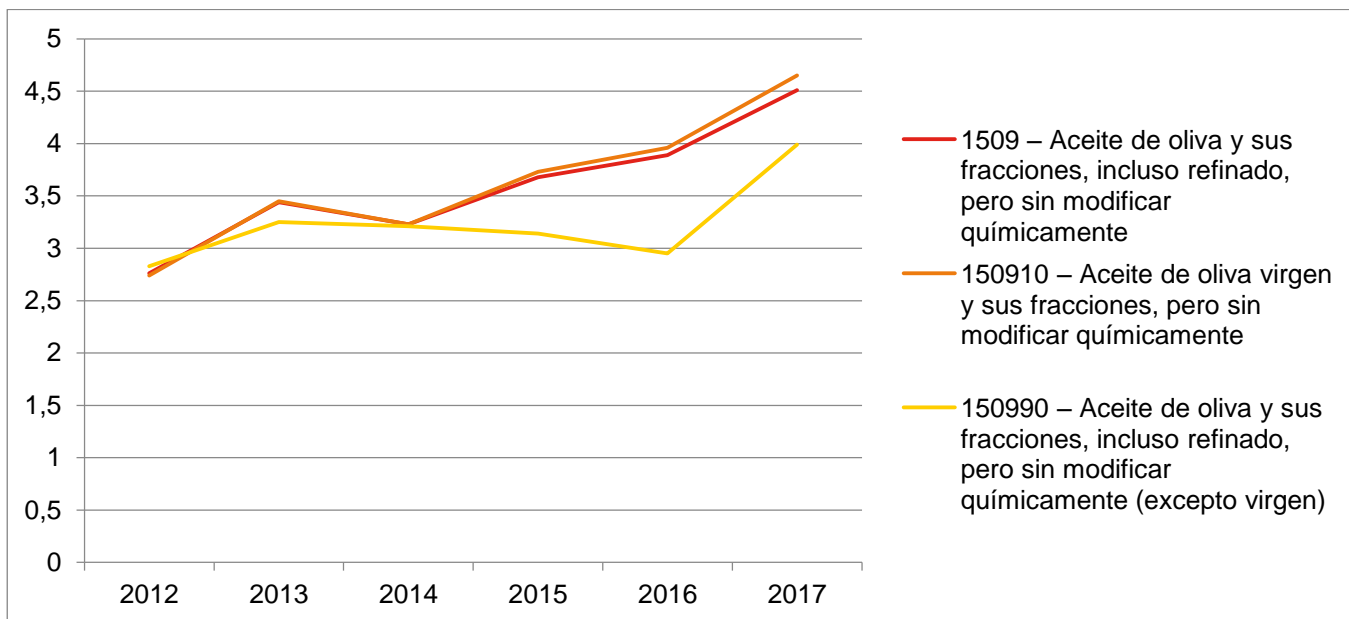


Gráfico 9. Evolución del precio de las exportaciones del aceite de oliva (€/kg). Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Euroestacom.

CUOTA DE LAS EXPORTACIONES POR PARTIDA

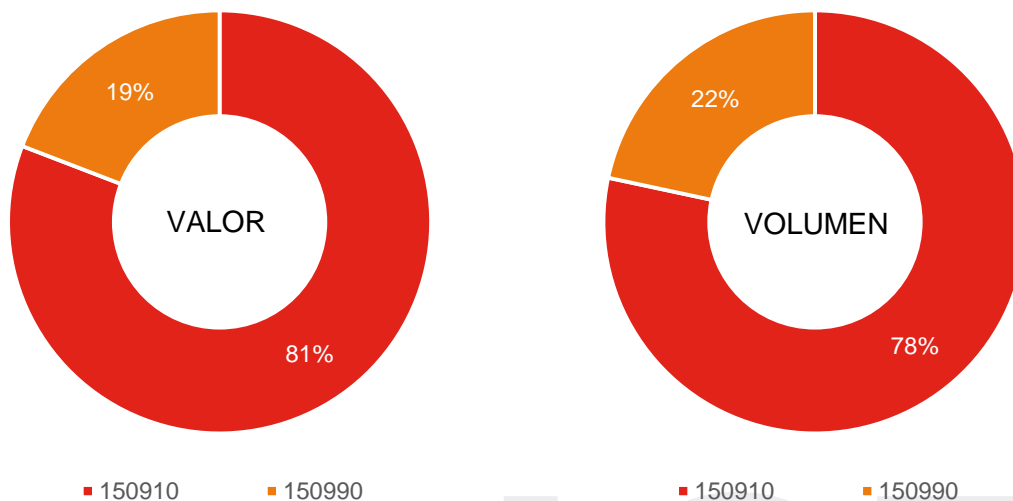


Gráfico 10. Cuota de las exportaciones por partida en valor y en volumen. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Eurostatcom.

SALDO BALANZA COMERCIAL

Millones de euros

1509 – Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Importaciones	53,43	70,30	62,03	71,58	86,51	74,99
Exportaciones	12,55	18,51	12,26	15,67	22,04	13,36
Saldo	-40,88	-51,79	-49,77	-55,91	-64,47	-61,63
Tasa de cobertura	23,48 %	26,33 %	19,76 %	21,89 %	25,48 %	17,82 %

Tabla 18. Saldo balanza comercial belga. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Eurostatcom.

3.6. Ranking mundial

RANKING MUNDIAL DE EXPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA

Miles de euros

	2012	2013	2014	2015	2016	Evolución 2012 - 2017
España	1.849.871,84	1.950.113,57	2.725.615,95	2.633.690,04	3.161.321,31	30,57 %
Italia	1.204.104,01	1.295.837,58	1.300.555,42	1.445.094,56	1.533.111,63	12,58 %
Grecia	325.122,77	494.299,92	260.370,82	633.133,22	584.026,07	36,83 %
Portugal	263.268,96	340.860,10	372.949,12	433.733,38	412.140,92	24,74 %
Túnez	292.033,25	379.907,85	215.044,37	854.961,82	363.576,71	61,62 %
Turquía	59.539,94	221.748,58	66.124,97	54.105,29	62.899,38	-47,29 %
Argentina	39.458,07	58.756,02	33.024,57	101.587,17	53.757,59	43,53 %
Francia	30.387,68	33.259,09	38.506,13	51.011,57	49.040,11	35,64 %
Marruecos	23.881,20	16.530,83	29.992,50	68.198,98	48.590,49	108,48 %
Chile	28.076,96	33.257,29	31.384,03	54.332,88	42.399,92	38,18 %
Territorios Palestinos	17.932,28	6.657,21	18.602,92	35.334,43	38.913,09	114,97 %
Estados Unidos	23.481,05	29.181,90	28.591,84	35.375,94	36.073,54	23,12 %
Líbano	11.867,85	16.904,48	16.836,13		27.206,27	-3,43 %
Bélgica	12.408,29	19.150,43	12.296,41	15.508,38	22.033,95	13,64 %
Alemania	17.671,21	18.116,97	18.216,33	22.155,27	20.679,24	13,05 %
Egipto	5.333,70	4.028,86	3.687,25	6.004,66	15.330,53	91,75 %
Australia	11.597,93	6.463,46	11.246,34	23.147,61	12.023,36	58,38 %
Países Bajos	5.175,52	6.994,14	9.271,39	10.520,50	10.796,35	42,66 %
Reino Unido	11.194,23	9.731,16	9.047,77	10.421,12	9.874,03	-2,10 %
Austria	4.052,82	5.799,50	6.007,75	7.908,32	9.150,55	45,44 %

Tabla 19. Ranking mundial de exportaciones de aceite de oliva en miles de euros. Fuente: Mundiesticom.



RANKING MUNDIAL DE IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA

Miles de euros

	2012	2013	2014	2015	2016	Evolución 2012-2016
Italia	1.112.916,59	1.187.490,50	1.466.736,94	1.812.134,72	1.743.169,47	33,31 %
Estados Unidos	759.429,40	847.546,89	853.626,62	1.107.032,97	1.205.750,11	28,68 %
Francia	293.244,93	355.332,38	324.461,01	432.541,85	461.664,28	25,24 %
España	105.566,51	273.107,05	126.429,64	559.110,71	297.455,95	94,61 %
Alemania	198.393,31	239.128,26	239.833,29	285.242,22	291.288,69	20,52 %
Portugal	198.367,61	284.070,00	234.933,78	312.035,92	280.145,65	15,30 %
Japón	163.590,66	206.670,22	207.486,78	267.803,40	256.560,53	26,67 %
Brasil	242.609,42	284.016,71	266.074,65	247.535,13	252.793,90	-3,32 %
Reino Unido	153.852,31	180.993,92	177.268,53	245.659,70	240.624,64	29,57 %
Canadá	115.210,30	123.364,26	131.420,37	147.550,91	177.687,60	23,42 %
China	123.091,84	135.553,52	105.923,39	142.076,88	157.836,82	11,32 %
Australia	90.834,92	83.927,86	85.544,06	71.853,04	112.319,22	3,61 %
Bélgica	53.826,22	74.644,55	62.239,03	68.739,90	86.503,47	14,04 %
Países Bajos	48.008,79	62.603,99	59.352,25	76.900,16	81.237,98	27,96 %
Arabia Saudita	47.153,83	47.817,24	54.794,94	68.085,49	78.620,22	34,54 %
Suiza	59.535,95	64.262,85	64.167,47	75.061,81	78.432,48	15,80 %
México	36.460,12	47.100,58	45.265,40	61.883,98	63.572,18	32,52 %
Rusia	67.605,46	75.422,79	82.693,11	46.033,40	61.331,06	-15,80 %
Corea del Sur	25.574,86	32.726,60	42.992,44	48.880,87	53.579,64	43,59 %
Suecia	23.487,41	28.679,10	30.825,69	35.022,50	40.634,10	28,30 %

Tabla 20. Ranking mundial de importaciones de aceite de oliva en miles de euros. Fuente: Mundiastacom.

4. Demanda

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

El cambio en los hábitos alimentarios de la población belga hacia productos más saludables y la creciente preocupación por la salud han provocado que aumente significativamente en los últimos años la demanda de aceite de oliva por parte de los consumidores belgas.

En primer lugar, porque se percibe el aceite de oliva como una alternativa más sana 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 Bélgica se considera cada vez menos un bien de lujo y exótico para consumir de manera esporádica. Las abundantes campañas gubernamentales que recomiendan mantener una alimentación saludable y la buena imagen de la dieta mediterránea están provocando que los hogares belgas consuman con mayor frecuencia aceite de oliva y que este sustituya a las grasas y aceites menos saludables.

El consumo de aceite de oliva en Bélgica 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 incluirse en la dieta habitual pero que, sin embargo, tiene un precio relativamente alto para tratarse de un bien de consumo esencial.

La imagen del aceite de oliva en Bélgica es muy positiva. Las características que más valoran los consumidores 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 a partir del año 1966, han conseguido un crecimiento constante del consumo. 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 belga 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 saludables y nutricionales del aceite de oliva en comparación con otras grasas y aceites para cocinar.

El consumidor regular e 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 Bélgica, sólo una minoría de la población especializada (como cocineros, restauradores, etc.) 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.

A continuación, podemos observar en las siguientes tablas que el consumo per cápita de aceite en Bélgica es significativamente inferior al de otros países europeos y que el gasto medio por persona y año se mantiene en 7 €.

CONSUMO PER CÁPITA DE ACEITE EN EL AÑO 2016 (L)

Consumo per cápita de aceite en el año 2016 (L)	
Grecia	12,28
España	10,77
Italia	9,18
Portugal	5,83
Francia	1,57
Bélgica	1,35
Reino Unido	0,95
USA	0,94
Alemania	0,67

Tabla 21. Consumo per cápita de aceite en el año 2016. Fuente: Euroestacom.



GASTO MEDIO POR PERSONA Y AÑO (€)

	2012	2014	2016
Aceites y grasas	55	55	51
Mantequilla	17	19	19
Margarina y grasas vegetales	11	11	10
Aceite de oliva	7	7	7
Otros aceites	7	6	5

Tabla 22. Gasto medio por persona y año. Fuente: Statbel.

icex

5. Precios

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 Bélgica 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 Euroestacom, se han calculado los precios medios de importación del aceite de oliva.

PRECIOS DE IMPORTACIÓN DE ACEITE DE OLIVA

€/kg

Países	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Evolución 2012 - 2017
España	2,27	3,07	2,59	3,51	3,54	4,05	39,97 %
Italia	3,02	3,78	3,04	4,08	4,13	4,77	31,91 %
Francia	6,41	5,34	6,22	4,44	3,87	4,34	-29,60 %
Túnez	2,74	2,88	3,36	4,04	3,96	4,50	39,20 %
Países Bajos	2,93	3,26	3,39	3,86	3,45	3,82	16,18 %
Grecia	4,06	4,48	2,27	5,22	4,9	5,54	44,87 %
Alemania	4,33	4,45	4,01	5,40	5,12	4,44	16,97 %
Portugal	2,28	3,06	2,69	3,03	4,04	5,85	60,90 %
Marruecos	2,69	3,75	3,56	3,61	3,61	3,24	4,6 %
Reino Unido	3,96	4,59	2,35	6,32	5,23	6,17	62,57 %

Gráfico 11. Precio de las importaciones del aceite de oliva (euros/kilo). Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Euroestacom.

Se observa que el nivel de precios de las importaciones originarias de uno y otro país es bastante diferente. Generalmente, el aceite de oliva de origen italiano tiene un coste superior al español.

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.

A continuación y para proporcionar una muestra representativa del aceite de oliva virgen extra ofertado en Bélgica, se ha realizado un *store check* en distintos tipos de supermercados.

COLRUYT	Número de referencias a la venta		Rango de precios		
	Formato	Total	Origen español	Total (L)	Origen español
	250 ml	1	-	15,56	-
	500 ml	3	-	9,98 – 12,90	-
	750 ml	5	1	7,59 – 12,67	9,05
	1 L	4	2	4,23 – 8,69	4,23 – 5,72
	2 L	1	1	6,25	6,25

El único aceite de marca española que aparece en el supermercado Colruyt tiene un precio de 6,25 € el litro con aceite que procede de España, Portugal, Italia, Grecia y Túnez. El resto de aceites de origen español pertenecen a las marcas del propio supermercado (Boni y Everyday).

CARREFOUR	Número de referencias a la venta		Rango de precios		
	Formato	Total	Origen español	Total (L)	Origen español
	500 ml	6	2	7,38 – 15,90	9,98 – 11,78
	750 ml	9	1	4,25 – 17,27	5,72
	1 L	1	-	8,76	-

En el supermercado Carrefour, encontramos marcas que pertenecen a grupos españoles y cuyos aceites están elaborados con mezclas de olivas de la Unión Europea.

Los aceites de origen español que aparecen en este supermercado son los de la marca del propio Carrefour.



EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN BÉLGICA

DELHAIZE	Número de referencias a la venta		Rango de precios	
	Formato	Total	Origen español	Total (L)
250 ml	1	-	13,00	-
500 ml	5	1	7,98 – 25,58	25,58
750 ml	7	1	5,99 – 17,32	5,99
1 L	5	2	4,33 – 8,89	4,33 – 8,89
3 L	1	-	6,48	-

En este supermercado también encontramos marcas que pertenecen a grupos españoles cuyos aceites son mezclas de olivas de la Unión Europea. Los aceites de la marca de este supermercado son de origen español.

ROB	Número de referencias a la venta		Rango de precios	
	Formato	Total	Origen español	Total (L)
250 ml	4	2	25,60 – 91,40	25,80 – 71,80
500 ml	23	5	9,80 – 55,96	14,20 – 51,90
750 ml	5	-	14,64 – 37,31	-
1 L	3	-	11,30 – 17,95	-

En este supermercado de alta gama podemos encontrar varios aceites de origen español. También tenemos aceites de marca francesa pero cuya oliva proviene de España.

CORA	Número de referencias a la venta		Rango de precios	
	Formato	Total	Origen español	Total (L)
200 ml	1	-	26,45	-
500 ml	4	-	12,18 – 32,62	-
750 ml	4	-	7,45 – 13,32	-
1 L	6	-	4,23 – 13,63	-



Como podemos observar en la tabla anterior, en este último supermercado no encontramos ninguna referencia de aceites de origen español, aunque sí que encontramos aceites de grupos españoles.

icex

6. 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 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 belga, por lo que Italia cuenta con la ventaja competitiva de ser el país que más consumidores identifican con el país de 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 en este país.

Cabe 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 delantera de la botella, únicamente en la parte trasera. Por tanto, el consumidor final suele desconocer que gran parte del aceite de oliva que se expone en los lineales del supermercado tiene origen español.

Asimismo, la cocina italiana goza de gran aceptación en el mercado belga, lo cual contribuye a mejorar la percepción de los productos italianos. Por otro lado, la cocina española también recibe una buena acogida en Bélgica pero su presencia es más limitada que la italiana.

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

7. Canales de distribución

El sector de la distribución de los alimentos en Bélgica 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.

Existen múltiples estrategias de distribución, si bien la más frecuente entre las marcas de aceite español de menor capacidad de exportación 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 minorista o comercializador de importaciones internacionales o alimentación gourmet. Su remuneración es en forma de comisión o salario por el servicio prestado.

Los fabricantes de aceite de oliva con volúmenes de producción superiores suelen acudir a la fórmula del distribuidor o al contacto directo con mayoristas belgas y centrales de compra del país a los que posteriormente acuden supermercados y establecimientos de hostelería y restauración.

Supermercados

La estructura de los supermercados en Bélgica presenta algunas particularidades frente a la existente en España y otros países europeos. En el mercado belga los hipermercados son casi inexistentes, mientras que abundan los supermercados 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.

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 belgas están principalmente dominados por los aceites de marca del distribuidor, que comercializan el aceite de oliva en diferentes formatos, países de



origen y sabores. La presencia de aceites italianos de marca Premium es considerablemente mayor que la española.

Tiendas delicatesen

Las tiendas delicatesen 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 delicatesen 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. 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.

Finalmente, existe otro grupo de tiendas delicatesen 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 formas variadas (por ejemplo de botijo, otras botellas son de vidrio con tapón oscuro y con originales etiquetas). La originalidad de otros diseños se materializa 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

La cocina española goza de buena aceptación dentro del mercado belga y existen algunos restaurantes de origen español que elaboran sus platos con aceite de oliva, pero es todavía muy minoritaria.

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 y tiendas de conveniencia, podemos encontrar unos precios más bajos, una mayor variedad de tamaños (de 0,25 a 5 litros) y de materiales (cristal, lata y PVC).

En el Benelux, más de 40 chefs con estrella Michelin aseguran cocinar con aceite de oliva español.

8. Acceso al mercado – Barreras

Bélgica, miembro de la UE desde su constitución, no aplica aranceles para las importaciones de alimentos 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 Bélgica 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 estándares sobre la calidad, higiene, componentes, etiquetado, etc. que debe cumplir el aceite de oliva (<http://www.codexalimentarius.net/>). Bélgica 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 Bélgica, que limita la comercialización a aquellos productos con la etiqueta en idiomas oficiales. 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. 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.

9. Perspectivas del sector

Se espera que el creciente interés en la salud y el bienestar de los consumidores belgas impacte en los próximos años en el consumo de aceites y grasas en Bélgica. Las ventas se verán impulsadas en las categorías que se consideran más saludables, como el aceite de oliva. A pesar de esta tendencia, se espera que las ventas de la categoría en general permanezcan estables a corto plazo.

Una disminución en el consumo de los aceites y grasas para untar será la razón clave detrás de esta estabilidad a pesar del aumento en los aceites más saludables. Una disminución en el consumo de pan en los próximos cinco años afectará a esta categoría, ya que el pan es el producto más importante para los aceites y grasas para untar, por lo que su caída tendrá un impacto sobre estos productos naturales.

El aceite de oliva ha tenido problemas anteriormente debido a la poca inversión en términos de desarrollo de nuevos productos y el marketing y la promoción. Las principales marcas están empezando a aumentar la inversión en la categoría. Los efectos de esta inversión renovada ya se están mostrando, con un comportamiento positivo esperado para la categoría durante 2014-2017.

La distribución de los aceites y grasas se mantendrá concentrada en los minoristas de comestibles. Sin embargo, los canales alternativos, como el comercio minorista de Internet capturarán más cuota durante el período proyectado, a medida que más cadenas de supermercados desarrollen aplicaciones en línea para permitir a los consumidores comprar sus productos alimenticios a través de smartphones y/u ordenadores.



10. Oportunidades

El mercado del aceite de oliva en Bélgica presenta un crecimiento positivo. Podemos observar que la evolución en promedio de las importaciones tanto en valor como en volumen es positiva, así como el precio en euros/kilo. Este hecho se debe probablemente a las campañas de promoción de la Unión Europea y del Consejo Oleícola Internacional que promueven las características beneficiosas para la salud que tiene el aceite de oliva. Así, existen oportunidades en el segmento correspondiente al público que demanda productos ecológicos, cuyos potenciales compradores están dispuestos a pagar más por su valor añadido.

Podemos encontrar oportunidades de negocio en las diferentes ferias de alimentación que existen en Bélgica. En todo caso, podría considerarse buena idea incluir alguna referencia que evoque a España en los envases del aceite de oliva y, además, es conveniente añadir etiquetas de certificación de calidad o denominación de origen que son reconocidas por el consumidor como garantía de autenticidad del producto.



11. Información práctica

Ferias

- Horecatel (Marche-en-Famenne): <http://www.horecatel.be/>
- Tavola (Kortrijk): <http://www.tavola-xpo.be/en/home/>
- Intrafood (Kortrijk): <http://www.intrafood.be/en/home/>
- Horeca Expo (Gante): <http://www.horecaexpo.be/en>

Direcciones de interés

- Consejo Oleícola Internacional (COI): <http://www.internationaloliveoil.org/>
- Revista Olimerca: <https://www.olimerca.com/>



ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece
ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar
la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

