PANORAMA | Agricultura

Agricultura apuesta por la promoción del aceite de oliva andaluz en Estados Unidos como producto gourmet

Clara Aguilera, se desplazará a la Fancy Food de Washington para mantener encuentros que propicien la conquista de nuevos mercados

Redacción
Miércoles 6 de julio de 2011 - 20:39



Consciente de la importancia de reforzar la comercialización para ser más competitivos y conquistar nuevos segmentos del mercado, la Consejería de Agricultura y Pesca iniciará una serie de encuentros a nivel institucional y con importadores para reforzar la promoción en Estados Unidos del aceite de oliva andaluz como producto gourmet.

Con esa finalidad, la consejera, Clara Aguilera, visitará la feria agroalimentaria internacional Fancy Food, que se

El objeto de estos contactos es sentar las bases para futuras acciones promocionales que no sólo impulsen el consumo de aceite de oliva en este país, sino que también ayuden a este producto a posicionarse mejor en los mercados de más exigencia y alto nivel, como es el caso de los productos delicatessen.
Desde 1955, se vienen celebrando dos ferias Fancy Food al año, una en invierno, generalmente en San Francisco, y otra en verano, en la Costa Este, en esta ocasión en Washington D.C. A lo largo de su extensa trayectoria, este evento es considerado como una de las mayores ferias del mercado norteamericano de especialidades de alimentos y bebidas caracterizados por su calidad, innovación y estilo.
Por lo que respecta a la 57 edición de verano de la Feria Fancy Food, destacar que en ella participarán 2.400 expositores procedentes de más de 80 países, que ocuparán más de 29.700 metros cuadrados de exposición. El total de productos representados será de 180.000.
De las empresas presentes en esta feria se contabilizan 62 expositores españoles de los cuales 20 son andaluces. De ellos, 17 empresas andaluzas estarán presentes en el pabellón del ICEX a través de Extenda y otras 3 asisten por su cuenta.

El mercado del aceite de oliva en EE.UU

El aceite de oliva supone el 13% en volumen de las grasas que se venden en los supermercados estadounidenses, pero acapara el 37% en valor. Las importaciones de este producto en Estados Unidos han ido creciendo paulatinamente hasta alcanzar en la actualidad las 260.000 toneladas (es el mayor consumidor fuera de la UE y el tercero del mundo, por detrás de Italia y España). La mayor parte del aceite con destino al mercado estadounidense es virgen extra y embotellado.
Estados Unidos cuenta con un alto potencial de consumo para el aceite de oliva, un producto con presencia en casi el 39% de los hogares americanos. Como dato significativo, destacar que, desde 1995 y hasta 2010, la cuota de las importaciones italianas de aceite se ha ido reduciendo del 70 al 52%, a favor de las

importaciones españolas, que han pasado del 15 al 25%, y de otros países como Túnez.