

## Rapporto Rabobank: forte crescita dell'olio di oliva sui mercati emergenti

Cresce sempre più la domanda di olio d'oliva sui mercati emergenti. L'analisi viene da un rapporto realizzato dal gruppo finanziario olandese Rabobank e pubblicato sul portale, con le previsioni sull'evoluzione del settore.

La richiesta di olio d'oliva sui mercati emergenti è cresciuta del 13 per cento dal 2007 e questo aumento a due cifre è destinato a continuare almeno per i prossimi cinque anni, secondo un nuovo rapporto di Rabobank. I fornitori - sottolinea l'istituto finanziario olandese - dovranno differenziare la propria strategia e cambiare le modalità di rifornimento dei loro prodotti se vogliono sperare di accedere a tutte le potenzialità di questi nuovi mercati. Il nascente mercato cinese offre una notevole opportunità, e i prodotti senza marchio e quelli a prezzo particolarmente basso hanno più probabilità di avere successo.

"Il mercato mondiale dell'olio di oliva è cresciuto a un CAGR [tasso di crescita annuale composto] del 3 per cento tra il 2008 e il 2012, ma varia molto a seconda dei mercati", ha commentato l'analista di Rabobank Vito Martielli. "I paesi tradizionalmente consumatori del Mediterraneo del nord come Italia, Spagna e Grecia, hanno il più alto consumo pro capite (oltre dodici kg), ma sono caratterizzati da un mercato molto maturo e stagnante. Al contrario, i mercati sviluppati offrono un potenziale significativo in termini sia di valore (attualmente rappresentano il 41% del mercato globale) che di crescita, visto che la previsione indica che dovrebbero continuare a crescere di circa il 4 per cento almeno per i prossimi cinque anni".

I mercati emergenti che detengono il maggior potenziale per il settore dell'olio d'oliva hanno fatto registrare nel corso degli ultimi cinque anni un impressionante tasso di crescita del 13 per cento, e la tendenza sembra destinata a continuare. Brasile e Cina sono i due paesi più importanti in termini di volume, e i produttori si stanno attrezzando per sfruttare le opportunità offerte in ogni paese.

Nel 2012 la Cina ha importato 45.000 tonnellate di olio d'oliva e sta rapidamente diventando un mercato cruciale per i produttori. Diverse grandi imprese statali hanno aumentato le importazioni di olio d'oliva sfuso dall'Europa meridionale. Rabobank stima che in Cina ci saranno sempre più marchi a basso prezzo che stabiliranno partnership con marchi locali sfruttandone le capacità di distribuzione. In altri paesi emergenti, come il Brasile e la Russia, i marchi avranno un ruolo fondamentale. (...)

Ci sono fattori che limiteranno la capacità del settore di realizzare le proprie ambizioni nei mercati emergenti. In primo luogo vi è la necessità da parte degli attori in gioco di rafforzare le loro opzioni strategiche di rifornimento. E poi è fondamentale sui mercati emergenti una campagna di marketing che educi i consumatori ai vantaggi e alla versatilità dell'olio d'oliva. [portale – cura di agra press (c)]