



Estudios de Mercado
RESUMEN EJECUTIVO

El mercado del aceite en Suiza

Diciembre 2017

Este estudio ha sido realizado por la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Berna

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUIZA

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO SUIZO

- **Población** de 8,2 millones de habitantes (24% extranjeros) **concentrada** en zonas urbanas. Salvo Zúrich, con 1,3 millones de habitantes en el área metropolitana, no existen grandes ciudades.
- **3 mercados diferenciados dentro de la Confederación Helvética**: zona alemana, zona francesa y zona italiana.
- **Alta capacidad de consumo**. Suiza tiene una de las **más altas rentas per cápita del mundo** (2015: 80.831 USD/pc y 4º puesto del ranking mundial según UNSTAD).
- **Precios medios de venta elevados**. Según los últimos datos publicados por Eurostat, Suiza es el **país con los precios para alimentación más altos de Europa**; un **73% más de la media europea en 2016**.
- El consumidor suizo es un **smart shopper**, esto es, busca tanto ventajas en el precio como calidad y tiene un perfil **LOHAS** (*Lifestyles of Health and Sustainability*), por lo que los criterios de vida sana y sostenible tienen un peso muy importante en la decisiones de compra.
- El **primer criterio de compra, en general**, para el consumidor suizo es el “**swissness**”, y, en el caso del sector de los aceites vegetales, esto se traduce en el importante **avance en el consumo del aceite de colza** (83% autoabastecimiento), **también para cocinar, en Suiza en los últimos años**.
- **Nuevas tendencias en el consumo, que impulsan el consumo de aceite de oliva** : consumo vegetariano y vegano en aumento y moda “foodie” en auge (vuelta a la cocina del hogar)

CONSUMO DE ACEITE DE OLIVA EN SUIZA

- El aceite de oliva en Suiza se **utiliza fundamentalmente para condimentar** y no como grasa para cocinar.
- Más del **90% del aceite de oliva consumido en Suiza, es aceite de oliva virgen extra**.
- Suiza consumió en 2016, **14 millones de litros de aceite de oliva**.
- El **consumo aparente** de aceite de oliva se corresponde prácticamente con la importación al tener la producción y la exportación un carácter residual.
- El **tamaño del mercado ha crecido (Δ7%)**, por encima de la **población** en los últimos 5 años, si bien a un ritmo inferior a la media de los últimos 10 años (28%).
- El **consumo medio per cápita de aceite de oliva en Suiza** fue de **1,74 litros en 2016**, tras un incremento del 5%, durante los últimos 10 años.

En comparación internacional:

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUIZA

- ✓ el consumo de aceite de oliva per cápita suizo se sitúa a **larga distancia del grupo de países productores de la cuenca mediterránea** (entre 12 y 8 litros per cápita) pero
- ✓ **encabeza el ranking, junto con Francia (9º puesto), del grupo de países no productores** que destina el aceite de oliva para uso casi exclusivo como condimento y en muy poca medida para cocinar¹.
- El gasto **aceites y grasas** se ha mantenido estable, durante casi la última década, en un 3% sobre el total del gasto en alimentación de los hogares.
- El **aceite de oliva compite** con otros dos aceites vegetales en el mercado suizo (**aceite de colza y aceite de girasol**), aunque es el aceite vegetal que se **asocia** en primer lugar a una **dieta saludable**.

Cuotas de mercado de aceites para consumo en los hogares suizos

Tipos	Cuota volumen			Cuota valor
	2012	Ø2013/14	Ø 2015/16	2012
Aceite de girasol	34%	40%	34%	17,3 %
Aceite de colza	24%	19%	26%	10,3 %
Aceite de oliva	10%	8%	12%	52,1 %
Resto	33%	33%	27%	20,3%

- los consumidores suizos no están familiarizados con los atributos sensoriales del aceite de oliva virgen extra de alta calidad y muestran clara preferencia por los aceites más convencionales, maduros, afrutados, dulces, no gustándoles el sabor amargo y picante ni el color verde de las muestras de más alta calidad.
- Nuevas tendencias hacia una oferta cada vez más amplia: aceites ecológicos (en gran auge en todos los segmentos), aceites con aromas, tipos de envases de gran diseño, presentaciones de aceite encapsuladas, orígenes exóticos, etc.

IMPORTACIÓN (PERIODO 2012 – 2016)

- La importación de aceite de oliva se caracterizó en el periodo estudiado por :
 - ✓ incremento del **volumen** por encima del **crecimiento** de la población (vol 2016: 14 millones de litros. Δ 12/16: 7%)
 - ✓ incremento de la **facturación** muy por encima del volumen (val. 2016: 85 millones de francos suizos (CHF). Δ 12/16: 18%)
 - ✓ **precio medio estabilizado** en 5,7 CHF/l., pero lejos aún de recuperar los precios medios de hace 10 años (8 CHF/l.).

¹ A distancia de Suiza y Francia se sitúa el consumo per cápita de los demás países de la Unión Europea. Les sigue, en importancia, las naciones que consumen entre 0,5 y 1 l. de aceite por año: Alemania, Países Bajos, Suecia, Eslovenia, Austria, Reino Unido, y Dinamarca, Finlandia y Letonia.)

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUIZA

- ✓ El motor del crecimiento de las importaciones en la última década han sido las importaciones de **aceite de oliva en granel y en envase distinto de vidrio menor o igual a 2 l.**, (Δ volumen 06/16: 70%). El precio medio de estas importaciones aumentó en los últimos 5 años en un 26%, mientras que el aumento del precio medio del aceite de oliva en envase de vidrio menor o igual a 2 litros fue de tan solo un 8%.

Actualmente, las importaciones de aceite de oliva en granel y en envase distinto de vidrio menor o igual a 2 l. suponen el **60%** del total importado frente a las importaciones de aceite de oliva en envase de vidrio menor o igual a 2 (40%). **Hace 10 años la situación era inversa.**

Esta evolución es reflejo de los **importantes cambios en la oferta de la gran distribución suiza**² :

- aumento de la presencia de aceite de oliva en los supermercados con **marcas de distribuidor y desaparición de grandes marcas de fabricante**, a excepción de Monini, Sabo, Bertolli (perteneciente al grupo español Deoleo) y Filippo Berio.
- **aumento** de las marcas de los distribuidores en el **segmento alto**, ecológico, con tamaños de 250 ml envasados en vidrio en Suiza.
- **diversificación de los envases premium** distintos de vidrio menor o igual a 2 l.: **cerámica o lata.**

○ Principales países proveedores de aceite de oliva virgen en Suiza:

- ✓ **Italia** (cuota 2016: vol. 50%; val. 58%) y **España** (cuota 2016. vol. 32%; val. 25%) **proveen a más del 80% del mercado.** A larga distancia de los dos principales proveedores, se posiciona Grecia con una cuota del 9% en volumen y un 10% en valor.
- ✓ Por lo que se refiere a los **precios medios**, **Italia** encabeza el ranking con **6,6 CHF/litro**, le sigue **Grecia** con **6,1 CHF/litro** y a larga distancia, se posiciona **España** con un precio medio de **4,5 CHF/litro**.

Esta diferencia de precios se debe, a que el **93% (i)** del aceite de oliva virgen exportado por España a Suiza es a **granel** o en envase distinto de vidrio menor o igual a 2 l. En el caso de Italia, sólo el **43 %** del aceite se introduce con este envase y en el caso de Grecia, el **27%**.

Es importante, no obstante, resaltar que la **evolución del precio medio español se ha incrementado en un Δ 22% en los últimos 5 años** (incremento medio del mercado: 12%), frente a los precios italianos (Δ 14%) o griegos (Δ -2%).

○ Suiza como destino de la oferta española

- ✓ Suiza se posiciona en el ranking de mercados de destino de aceite de oliva virgen (pa 1509.10) en una **discreta posición 16** tanto en volumen como valor³ (0,6% de la exportación española al mundo).

² El hecho de que el **sistema de tasas aduaneras suizas** se base en el **peso bruto**, a diferencia del sistema *ad valorem* comunitario, ha contribuido probablemente de forma importante en esta evolución.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUIZA

- ✓ En **precio medio** pagado por Suiza fue en 2016 de **3,75 EUR/Kg**. De mayor a menor precio pagado por los 20 principales destinos de las exportaciones españolas, Suiza ocupa tan solo el **puesto 11º**, tras EEUU.
- ✓ Curiosamente, el **número de empresas españolas que exportan a Suiza es muy alto** y sólo superado en el caso de las exportaciones a Italia y EEUU.

DISTRIBUCIÓN

- La **característica fundamental** que define la estructura de distribución de aceite de oliva en Suiza es la **concentración duopolística**, en aumento, de los dos principales grupos de distribución, **COOP Y MIGROS**.

Esta **concentración duopolística** opera en los distintos canales de distribución en Suiza: en el **canal detallista** a través de los supermercados, hipermercados, discounters y cadenas convenience, pertenecientes a los dos grupos; en el **canal mayorista horeca**, a través de los C&C (pick up wholesale) y venta al por mayor (delivery wholesale).

- Entre el **60% y 70%** de la importación de aceite de oliva en Suiza se dirige al **canal detallista**.

Dentro del canal detallista el reparto del mercado en aceites y grasas vegetales es el siguiente:

- ✓ Pequeño porcentaje de **comercio online (1,7%)** frente al comercio estacionario (97%).
- ✓ El **comercio independiente** comestible absorbe en torno al **6%** de las ventas de aceites y grasas comestibles.
- ✓ **Más del 90%** de la facturación del mercado detallista corresponde a la **distribución moderna**. Dentro de la misma, las cadenas de supermercados tiene una cuota de más del 54%, le siguen los discounters con una cuota del 21%, los hipermercados, 14%, y, finalmente los convenience con tan sólo una cuota del 0,8%.

Migros y COOP a través de sus supermercados, discounters o tiendas convenience absorben más del **90%** del canal detallista.

CANALES DE IMPORTACIÓN

- **Industria embotelladora/transformadora** de aceite en Suiza

Tres son las principales industrias embotelladoras/transformadoras de aceite en Suiza: **SUNRAY**, del grupo COOP, **Oleificio Sabo**, y la empresa Florin.

- La **gran distribución o distribución moderna**, tanto minorista como para el canal HORECA, puede importar, en el caso del producto envasado, directamente, si bien es habitual la intervención de un importador mayorista con experiencia consolidada en el producto y comercio.

³ 4 principales clientes españoles de aceite de oliva virgen son, por orden de importancia: Italia (37% del volumen exportado), Francia (12%), EEUU (11%) y Portugal (10,5%)

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUIZA

Son pocos los importadores mayoristas que trabajan con los dos grandes grupos de gran distribución.

- Para la **distribución de aceites del segmento gourmet**, tanto en el canal minorista como gastronómico, el número de importadores mayoristas, habitualmente importadores de todo tipo de productos gourmet, es mucho mayor
- Otro canal de **importación gourmet**, aunque sólo de carácter residual, son los **importadores de vinos del segmento alto**.

ACCESO AL MERCADO-BARRERAS

- **Las tasas arancelarias**, preferentes para productos de la UE, son un obstáculo “moderado”.
- **La normativa aplicable** ésta está en **gran parte armonizada con la UE**. Las principales diferencias hacen referencia al **etiquetado** y a la **indicación del país de producción**.

PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES

- La demanda de aceite de oliva virgen, **ha tenido un excelente recorrido en el mercado suizo y se espera que continúe** (nutriente saludable para una dieta equilibrada, amplia inmigración procedente de países mediterráneos, altísima renta per cápita, moda “foodie”, etc).

No obstante, existen variables que pueden limitar este crecimiento:

- ✓ **pérdida de confianza del consumidor en relación con la veracidad del origen y calidad de algunos aceites de oliva presentes en los lineales**. Los resultados de los análisis e investigaciones de las instituciones suizas y alemanas de defensa del consumidor de aceites de los últimos años, así como artículos en prensa que cuestionan el origen y calidad de los aceites de oliva virgen extra, no deben sucederse en el tiempo sin consecuencias muy negativas para el producto. **Será necesario impulsar el desarrollo y difusión de sellos que garanticen una calidad irrefutable basada en controles rigurosos.**
- ✓ **consumo del aceite de colza suizo en alza.**
- **Oportunidades para los aceites ecológicos**, los aceites sujetos a **DOP**, aceites con **envases especiales** (aerosoles, cerámica, etc.), **aceites con sabores o diferenciaciones de los distintos varietales según tipo de plato**.
- La moda “**foddie**” o “**comidista**”, que hace referencia a las personas que no sólo disfrutan de una buena comida, sino que quieren aprender todo lo posible acerca de su preparación, historia, ingredientes así como de los personajes que rodean este mundo, se presenta como una **vía muy interesante para difundir el valor añadido que puede proporcionar el aceite de oliva según el varietal y la utilización del aceite de oliva para cocinar, como una alternativa a otras grasas.**