

Il mercato dell'olio d'oliva
nei Paesi Bassi

giugno 2010

Francesco Pagnini
I.C.E. Amsterdam

Premessa

L'economia dei Paesi Bassi e' prevista in crescita per tutto il 2010, in linea con la ripresa generalizzata dell'economia globale. Tuttavia questo miglioramento e' ben lungi dal riequilibrare gli effetti dello shock economico iniziato con il 2009.

Le esportazioni sono destinate a fare da motore della ripresa di tutta l'economia: dopo una contrazione del 16,4% registrata nel 2009, le esportazioni di beni dovrebbero crescere del 6% nel 2010.

Il dato finale dei consumi delle famiglie dovrebbe attestarsi a +2 ½ nel 2009 e segnare un piu' limitato 0,25% nel 2010. Il miglioramento registrato nel reddito reale e nella ricchezza potrebbero far pensare a un contributo dei consumi alla crescita economica, ma in realta' questo effetto e' offuscato dal livello di fiducia dei consumatori, ancora basso, che rende le famiglie piuttosto riluttanti ad affrontare nuove spese.

Il tasso d'inflazione per il 2009 e' stato dell' 1 ¼ %, ridotto della meta' rispetto al 2008, dovuto principalmente alla caduta del prezzo del petrolio e del gas e naturalmente al rallentamento dell'economia. Il tasso d'inflazione nel 2010 dovrebbe assestarsi sull' 1%, grazie alla riduzione prevista del costo del lavoro.

La crescita media dei salari contrattuali nel 2009 sara' pari al 3%. Nel 2010 la crescita, piu' in linea con l'inflazione attesa, sara' pari all' 1 ¼%. Di conseguenza il potere d'acquisto medio scendera' nel 2010 di -1/4%, dopo essere cresciuto nel 2009 dell' 1 ¾%.

Paesi Bassi - Commercio Estero

Secondo i dati resi noti dall'Ufficio centrale di statistica olandese - CBS relativi al 2009, il valore delle esportazioni complessive dei Paesi Bassi ha raggiunto la cifra di € 309,8 miliardi, mentre il valore dei beni importati e' stato di € 275,9 miliardi. Ciò si e' tradotto in un avanzo della bilancia commerciale di € 33,9 miliardi (34,5 mld nel 2008). Il tasso di copertura delle importazioni e' stato pari al 112,3 (110,8% nel 2009).

Le esportazioni olandesi verso i Paesi dell'Unione Europea scendono da € 282,7 mld del 2008 a € 230,8 mld (-18,4%), mentre le importazioni scendono da € 185,1 mld a € 153,4 mld (-17,1%). Le importazioni dai Paesi UE valgono per il 55,6% del totale, mentre le esportazioni toccano il 74,5%. Il valore complessivo dell'interscambio olandese con i Paesi UE e' pari al 65,6% del totale, in leggera diminuzione rispetto al 2008 (66,6%). Tali dati confermano il rilievo preponderante dei rapporti commerciali con l'Unione Europea, con cui i Paesi Bassi contano un surplus commerciale di € 77,4 miliardi, seppure la quota dell'interscambio con i Paesi UE accusi un leggero ridimensionamento rispetto al resto del mondo.

Primi 10 partner commerciali dei Paesi Bassi

Dati CBS -Ufficio centrale di statistica olandese - periodo: gen-dic 2009 (gen-dic 2008)

PAESE	EXPORT olandese % 2009 (2008)	PAESE	IMPORT olandese % 2009 (2008)
GERMANIA	24,09 (24,21)	GERMANIA	19,75 (19,70)
BELGIO	11,03 (12,62)	BELGIO	9,95 (10,48)
FRANCIA	8,91 (8,11)	STATI UNITI	8,49 (8,15)
REGNO UNITO	8,45 (9,17)	CINA	7,93 (7,62)
ITALIA	5,18 (4,66)	REGNO UNITO	6,10 (6,30)
STATI UNITI	4,53 (4,53)	FRANCIA	4,95 (5,08)
SPAGNA	3,43 (3,42)	RUSSIA	3,52 (3,59)
POLONIA	1,91 (1,97)	GIAPPONE	2,63 (2,80)
SVEZIA	1,67 (1,76)	ITALIA	2,31 (2,41)
SVIZZERA	1,66 (1,33)	SPAGNA	1,72 (1,78)

Interscambio Italia-Paesi Bassi

I dati del 2009 relativi all'interscambio con l'Italia (fonte CBS) indicano un valore dell'import olandese pari a € 6.448 milioni (-19 % rispetto al 2008) e delle esportazioni olandesi verso l'Italia pari a € 16.057 milioni (-18,1%).

Persiste pertanto il forte surplus della bilancia commerciale a favore dei Paesi Bassi (€ 9.608 milioni). I settori che contribuiscono maggiormente al bilancio deficitario sono prima di tutto la meccanica (- € 2.847 milioni), il settore agroalimentare, le bevande e il tabacco (- € 2 miliardi), i prodotti chimici e farmaceutici (- € 1.986 milioni) e il settore energetico (- € 1,6 miliardi), mentre il settore manifatturiero segna un leggero avanzo.

Si conferma pertanto il "tradizionale" differenziale sfavorevole al nostro Paese, in buona parte dovuto al fenomeno delle "riesportazioni" e alla rilevante attività di distribuzione che caratterizza l'economia olandese.

I settori prioritari per l'export italiano verso i Paesi Bassi sono il manifatturiero, con un valore di € 2.354 milioni (€ 3.071 milioni nel 2008); l'industria meccanica e i mezzi di trasporto con € 1.900 milioni (€ 2.552 milioni nel 2008); il settore della chimica e l'industria farmaceutica con € 1.092 milioni (€ 1.210 milioni nel 2008).

L'export italiano nel comparto dell'industria alimentare e delle bevande registra € 746 milioni (€ 721 milioni nel 2008), segnando una crescita del 3,5%, in controtendenza rispetto agli altri settori e rappresentando l'11,7% dell'export complessivo verso i Paesi Bassi.

Si segnala in particolare il buon andamento di alcune tra le voci piu' importanti, come:

prodotti ortofrutticoli (€ 113 milioni, +8,7%); preparati vegetali (€ 77 milioni, +5,5%); bevande (€ 138 milioni), mentre altre voci segnano un dato negativo, come fiori e piante (€ 67 milioni, -13%) e le paste alimentari (€ 35 milioni, -10,7%).

La voce relativa ai vini nel 2009 segna, sulla scia dei dati del 2008, un risultato positivo sia in termini assoluti (€ 94,2 milioni) che relativi: le importazioni di vino italiano sono cresciute in 12 mesi del 9,7% rispetto al 2008, segnando un valore totale di 94,2 milioni di euro. La crescita in volume è stata dell'11%. L'Italia si conferma pertanto terzo paese fornitore di vino dei Paesi Bassi, raggiungendo la quota di mercato dell'10,9% (9,5% nel 2008) dopo la Francia (32,7%) e la Germania (14,3%) e prima della Spagna (8,4%).

Il mercato dell'olio d'oliva nei Paesi Bassi

L'uso degli olii di oliva nei Paesi Bassi è iniziato sostanzialmente negli anni '70, quale apporto culturale proveniente da un turismo molto diffuso, in particolare da una piccola quota della popolazione locale appartenente ai segmenti di reddito più elevato che ha acquisito abitudini culinarie in sintonia con le tradizioni mediterranee.

Il prodotto olio di oliva oggi, grazie anche a numerose campagne di informazione condotte da varie università nazionali e dai media, è considerato dalla popolazione un prodotto il cui consumo è altamente consigliabile, pur presentando il "difetto" di essere mediamente caro.

In assenza di una produzione locale di olio di oliva, esiste soltanto una struttura commerciale dedicata all'import, che può essere distinta in una fase primaria cioè d'importazione ed in una fase secondaria, cioè di distribuzione finale.

Di questa fase secondaria fa parte anche la riesportazione: vengono riesportate annualmente circa 500 tonnellate di olio di oliva verso mercati quali il Belgio, il Lussemburgo e la Germania.

Importazioni di olio di oliva, 2007-2009

I principali Paesi fornitori di olio d'oliva dei Paesi Bassi sono l'Italia, la Spagna, la Grecia e, tra i non produttori, la Germania e il Belgio, che rappresentano mercati di transito attraverso la riesportazione, grazie alla struttura logistica evoluta che li caratterizza.

Dalla tabella qui sotto riportata si evince che l'export dall'Italia ha avuto negli ultimi 3 anni un aumento costante in quantità e, se si eccettua il 2009, in valore.

Importazioni olandesi di olio d'oliva – dati in valore (€ 1.000)

	2007	2008	2009	Variaz. %
Totale Paesi	34.122	35.214	25.890	- 26,5%
Italia	7.651	12.144	10.525	-13,3%
Spagna	13.949	12.498	4.006	-68,0%
Germania	5.070	7.035	5.203	-26,0%

(fonte: CBS Istituto statistico dei Paesi Bassi; elaborazione ICE Amsterdam)

Importazioni olandesi di olio d'oliva – dati in quantità (1.000 kg.)

	2007	2008	2009	Variaz. %
Totale Paesi	11.429	10.377	11.211	+8,0%
Italia	2.129	3.566	5.494	+54,1%
Spagna	4.592	3.894	2.224	-42,9%
Germania	2.637	1.862	1.630	-12,5%

(fonte: CBS Istituto statistico dei Paesi Bassi; elaborazione ICE Amsterdam)

Importazioni olio d'oliva nei Paesi Bassi – valore unitario medio (€/Kg.)

	Germania	Spagna	Italia	Totale Paesi
2008	3.78 €	3.21 €	3.41 €	3.39 €
2009	3.19 €	1.80 €	1.92 €	2.31 €

(fonte: CBS Istituto statistico dei Paesi Bassi; elaborazione ICE Amsterdam)

Paesi Bassi – quote di mercato (%) dei principali Paesi fornitori

	valore			volume		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Italia	22,0%	34,0%	40,7%	18,6%	34,4%	49,0%
Spagna	40,9%	35,5%	15,5%	40,2%	37,5%	19,8%
Germania	14,9%	12,0%	20,1%	23,1%	17,9%	14,5%

(fonte: CBS Istituto statistico dei Paesi Bassi; elaborazione ICE Amsterdam)

Nel 2009 l'Italia consolida la propria posizione di *market leader*, sia in termini quantitativi che di valore.

I dati relativi al 2009 evidenziano una sostanziale tenuta delle importazioni di olio d'oliva dall'Italia, in termini di valore; va rimarcato invece il valore estremamente positivo delle importazioni in termini di quantità: i due dati opportunamente confrontati evidenziano però una caduta nel valore medio unitario dell'olio d'oliva italiano da 3.49€/Kg a 1.91€/kg (2.58€/kg a ottobre 2009).

Analisi competitiva

Struttura dell'offerta

L'olio di oliva proveniente dall'Italia gode nei Paesi Bassi di un'immagine estremamente positiva. Le caratteristiche del prodotto italiano per le quali viene principalmente apprezzato dal consumatore olandese sono:

- il sapore morbido che viene preferito dai consumatori rispetto al sapore più austero degli olii spagnoli
- il fatto che tutti gli olii italiani abbiano un proprio carattere legato alla tipicità e alla regionalità di produzione
- le bottiglie sono generalmente eleganti e le etichette sono curate

Il prezzo

La qualità e di conseguenza i prezzi medi al dettaglio per un litro di olio extra-vergine variano considerevolmente a seconda dei canali distributivi presso cui vengono collocati sul mercato. I principali canali distributivi di riferimento per l'olio extra-vergine d'oliva sono la Grande Distribuzione Organizzata, dove il prezzo può variare da 5€/litro a 12 €/litro e i negozi specializzati, dove le fasce di prezzo si collocano tra i 12 € e i 25 € per confezioni da 50cl. E tra i 15€ e i 40€ per confezioni da 75cl.

Packaging

Per quanto riguarda la confezione viene preferito il vetro da 0,75 l. per la vendita diretta al consumatore, seguita dalla confezione da 50cl. e da 1 l., nonché da 25cl. per olii di alta gamma o per gli olii aromatizzati commercializzati nella Grande distribuzione. Per la ristorazione ed usi di cucina sono abituali i contenitori in lamiera o quelli in plastica fino a 5 litri. Nei negozi specializzati la confezione più usuale è quella da 0,50 litro e da 75cl.

Distribuzione

Per la produzione i canali di distribuzione più diffusi sono i seguenti:

produttore ---> importatore distributore ---> grossisti locali --->
negozi di specialità, ristorazione/catering

produttore ---> importatore ---> grandi e medie catene,
ristorazione/catering

produttore ----> grandi catene

Gli olii extravergini sono generalmete distribuiti da importatori tradizionali specializzati nella distribuzione di prodotti alimentari italiani oppure da importatori di vini di qualita' che accanto ai loro prodotti di spesso offrono dei prodotti alimentari di nicchia quali appunto olio di oliva. Gli importatori spesso selezionano personalmente sul luogo di produzione i propri fornitori.

Per quanto riguarda invece il settore della ristorazione, acquirente importante di olio di oliva soprattutto per le grandi confezioni di 5 litri, su circa 16.000 esercenti in Olanda circa 900 portano il nome italiano, ma di questi soltanto una piccola parte e' gestita da connazionali. L'utilizzo di olii d'oliva di qualita' nella ristorazione non ha ancora preso slancio.

Gli importatori distribuiscono l'olio di oliva soprattutto nelle regioni occidentali e nelle aree urbane di Amsterdam, l'Aja e Rotterdam, multiculturali e aperte alle novita', e al sud caratterizzato tradizionalmente da uno stile di vita piu' incline ai gusti e ai costumi tipici dell'Europa meridionale.

Per quanto riguarda invece la presenza dell'olio di oliva presso la grande distribuzione, sono ben rappresentati alcuni prodotti italiani, spagnoli o facenti capo a multinazionali. E' frequente la presenza di olio extra-vergine (di cui viene in alcuni casi indicata la provenienza italiana, spagnola, greca, australiana) distribuito con il marchio del distributore. I prezzi possono variare dai 5€/l dei prodotti in *private label* ai 10/12€ per confezioni da 50cl di prodotti nazionali con classificazione DOP o IGP

Il consumatore

Il consumatore tradizionale olandese è abituato ad usare il burro e altri grassi animali in cucina. Grazie a campagne informative iniziate negli anni '70, ultima una campagna patrocinata dalla Commissione Europea, iniziata nel 1966 e conclusasi nel 2001, il consumo pro-capite annuo di olio d'oliva nei Paesi Bassi e' passato da 60 gr. del 1988, anno della prima rilevazione, ai 600 gr attuali, registrando una crescita costante. Il dato resta peraltro decisamente inferiore rispetto ai consumi che caratterizzano l'area mediterranea e altri Paesi europei a reddito elevato. La motivazione principale risiede, come gia' accennato, nella percezione dell'olio d'oliva come di un prodotto mediamente caro: il consumatore medio olandese e' estremamente attento al rapporto prezzo/qualita' e, in assenza di una chiara e ben percepita motivazione verso l'acquisto di prodotti costosi, ritiene il prodotto a buon mercato come la scelta giusta e sacrosanta. Queste motivazioni determinano a maggior ragione la scelta tra un olio d'oliva a buon prezzo e uno pregiato.

Il consumatore di olio di oliva è da cercare piuttosto nel segmento comprendente persone con alto reddito, di composizione socio/culturale omogenea, di età tra i 30 e 49 anni, con alta percentuale di doppio reddito. Questo gruppo ha potuto fare conoscenza con l'olio di oliva durante viaggi turistici frequenti e ha potuto informarsi adeguatamente sugli aspetti salutarie e nutrizionali dell'olio

extra-vergine; acquista prodotti qualitativamente migliori della media, usa canali alternativi di distribuzione (p.e. i piccoli negozi al dettaglio dove si vendono specialità alimentari) e acquista prodotti "sani".

Il consumatore abituale e informato è in grado di apprezzare alcune caratteristiche gustative dell'olio italiano, quali il sapore piccante e amaro, caratteristiche che invece vengono considerate come difetti dai consumatori non informati.

Va segnalato che vi sono avvisi delle autorità mediche e di specialisti di nutrizione in merito all'opportunità di diminuire i consumi di grassi di origine animale a favore di grassi di origine vegetale.

Il prodotto olio di oliva oggi è considerato un prodotto che costa caro ma dai molti vantaggi: è gustoso, salutare, facilmente digeribile, ricco di vitamine, promuove l'ossatura forte e diminuisce il contenuto di colesterolo nel sangue.

Legislazione ed etichettatura

I Paesi Bassi hanno recepito la Direttiva CEE n.112 del 1979 e pertanto ad essa occorre riferirsi.

Per quanto riguarda invece i dati che devono essere riportati in etichetta va ricordato che la natura dell'olio deve essere indicata in lingua olandese; le denominazioni "vergine" ed "extra vergine" sono obbligatorie, tuttavia possono essere scritte in lingua italiana.

Sono obbligatoriamente da scrivere in olandese invece le seguenti diciture:

- denominazione "olijfolie" (olio di oliva)
- contenuto netto: "netto inhoud"
- elenco degli ingredienti (cfr. CEE/112/79)
- la data entro cui il prodotto va consumato ("tenminste houdbaar tot .." : giorno-mese-anno)
- nome e sede del produttore/imbottigliatore/rivenditore
- luogo di origine
- indicazioni circa la conservazione e l'uso
- codice di produzione

La normativa olandese, inoltre, si attiene alle disposizioni CEE in fatto di acidità in percentuale.

Tendenze del mercato e prospettive

6.1. Sintesi dei punti di debolezza del prodotto italiano:

- * elevato prezzo del prodotto di qualità rispetto alla concorrenza
- * fluttuazione dei prezzi
- * indicazione non sempre chiara dell'origine del prodotto
- * etichettatura: sono spesso deficitarie le informazioni in lingua olandese riportate sulle etichette, in particolare l'elenco degli ingredienti

6.2. Sintesi dei punti di forza del prodotto italiano:

- * immagine legata all'eccellenza dei prodotti alimentari italiani e al loro utilizzo nella cucina mediterranea considerata sana e gustosa

- * qualità
- * design delle etichette e delle bottiglie
- * ampia gamma di prodotti e varietà della produzione tipica regionale

6.3. Tendenze

Gli importatori si aspettano una crescita del consumo e delle vendite di olio di oliva. E' pur vero che negli ultimi due anni la vendita di prodotti pregiati ha subito un sostanziale arresto, dovuto alla crisi generalizzata dei consumi e alla predisposizione del consumatore olandese medio a dare importanza innanzitutto al prezzo del prodotto: in presenza di prezzi mediamente elevati, parte degli importatori si rivolgono ad altri paesi fornitori come la Spagna e la Grecia. Cio' e' tanto piu' vero quanto piu' l'informazione e la comunicazione sulle caratteristiche nutrizionali e gustative e sui vantaggi dell'utilizzo di prodotti di qualita' non riesce a raggiungere in modo massiccio e chiaro i consumatori. Il **deficit di informazione** e' tanto piu' evidente di fronte a un consumatore che e' ancora portato a considerare alcune caratteristiche tipiche degli olii italiani, quali il sapore piccante e amaro, come punti negativi e veri e propri difetti.

Paradossalmente, il mercato olandese e' ancora da esplorare: e' un mercato "vergine", in cui il consumatore medio non ha ancora una percezione chiara delle caratteristiche del prodotto italiano e della sua varieta'.

Amsterdam, giugno 2010