

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN REPÚBLICA CHECA

2024

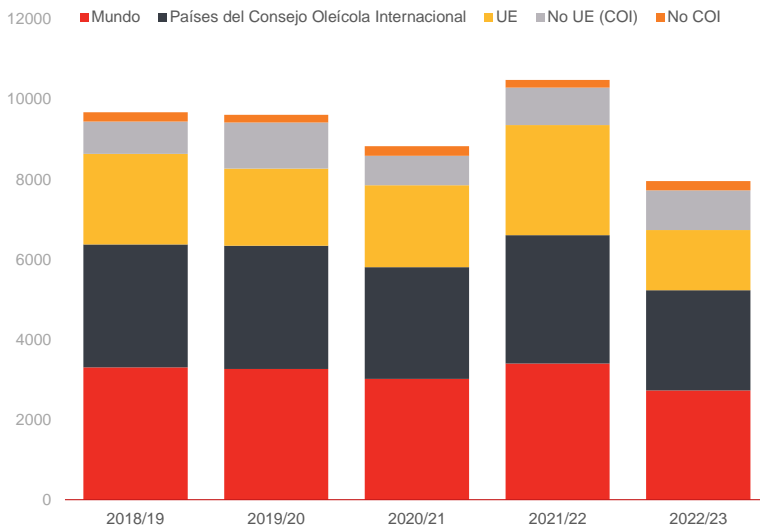
Definición del sector

Productos	Aceite de oliva virgen extra (AOVE). Aceite de oliva.
Categorías	15 09 – Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente. 15 09 20 – Aceite de oliva virgen extra. 15 09 30 – Aceite de oliva virgen.

Datos del sector y comercio exterior

Producción total por agrupaciones (2018 - 2022)

Datos en miles de toneladas



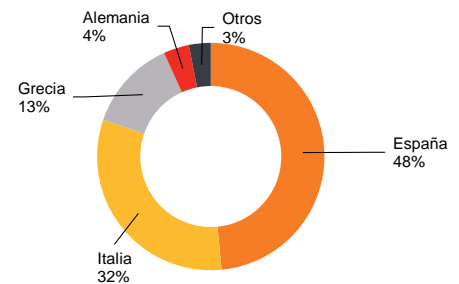
A nivel mundial, los **países mediterráneos** son los **mayores** (casi únicos) **productores de aceite de oliva**. El Consejo Oleícola Internacional incluye casi todos los países productores.

La **Unión Europea** es la mayor productora del mundo de aceite de oliva (**aproximadamente el 67% de la producción mundial**). España, Grecia, Italia y Portugal producen casi la totalidad.

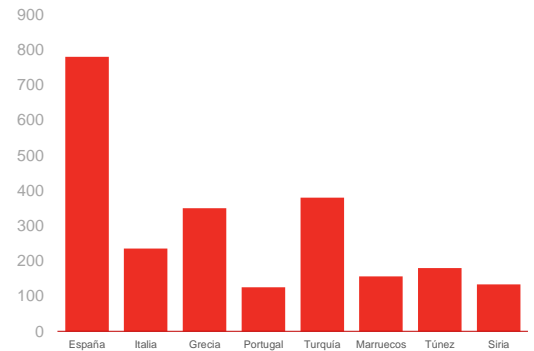
En la República Checa: España e Italia son los dos principales orígenes de la importación, muy por delante de Grecia y Alemania.

Principales países proveedores (2023)

Total importado (2023): 24.696 miles de kg.



Principales países productores (2023)



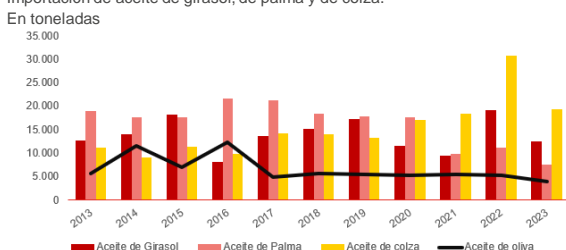
Demanda

En la UE: +10 kg por habitante en España y Grecia.
+ 6 kg por habitante en Italia, Chipre y Portugal.

En la República Checa: 0,47 kg por habitante.

Productos sustitutos: Se trata de productos con una mayor tradición en cuanto a su uso en la República Checa. La **cuantía importada de estos productos es mayor a la del aceite de oliva**.

Importación de aceite de girasol, de palma y de colza.



Producción local

En los países del **centro y norte de Europa** la **producción** de aceite de oliva es **limitada o inexistente**.

La existencia de aceite de oliva en la **República Checa** depende de la **importación**.

Precios

Datos en coronas checas

Principales marcas con presencia y sus precios (2024)

Agrocreta Demetra	559,8
Kreolis	519,8
Filippo Berio	599,8
Monini (Classico)	759,8
Monini (Delicato)	759,8
Costa d'Oro (Bio)	578
Costa d'Oro (Virgen extra)	558
Kaiser Franz Josef	599,8
Borges	598
Ballester	599,8
Ondoliva	479,8

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN REPÚBLICA CHECA

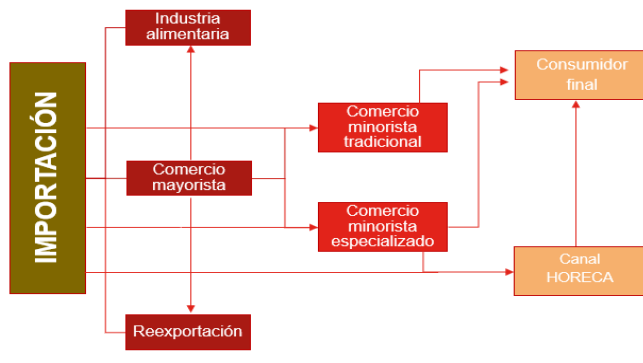
2024

Percepción del producto español

- Mejora de la percepción del aceite español por parte del consumidor checo:
 - Esfuerzos promocionales.
 - En el segmento alto (presentaciones elaboradas).
 - Apoyo en la buena imagen de otros productos españoles.
- Pese a que España es el mayor proveedor, Italia ostenta una mejor imagen:
 - Parte del aceite español se comercializa en el canal de descuento con marcas de distribuidor → menor reconocimiento.



Canales Distribución



Distribución online

Ha crecido impulsado por la pandemia, las mejoras tecnológicas y la comodidad que supone. Destaca:

- Kosik (tienda exclusiva online) y,
- Wolt (plataforma de reparto).

La mayoría de supermercados permiten realizar la compra *online*.

Perspectivas del sector

- Se espera un **incremento en el número de proveedores** de aceite de oliva en el mercado checo
- Está previsto un **aumento de la demanda** de aceite de oliva por parte del consumidor checo:
 - Por la entrada de proveedores más económicos.
 - Por la concienciación del consumidor checo sobre sus beneficios para la salud.
- Las **importaciones** continuarán siendo la **principal fuente de suministro** de aceite de oliva en el mercado checo. Más en el segmento *premium*.

Acceso al mercado

Fiscalidad

En la actualidad el aceite de oliva está **gravado al 12 %** por la Ley n.º 235/2004.

Normativa

Normativa armonizada europea.

Decreto n.º 397/2016.

Decreto n.º 274/2019 checo.

Barreras y Aranceles

No existen barreras ni aranceles comerciales directos.

Debe tenerse en cuenta la dificultad del idioma.

Oportunidades

- Promocionar el aceite de oliva como la grasa culinaria más saludable y resistente a altas temperaturas para aumentar su demanda.
- Incrementar la visibilidad de la cocina mediterránea y española en la República Checa mediante colaboraciones y campañas de marketing.
- Resaltar la calidad y prestigio del aceite de oliva español, subrayando su tradición y métodos sostenibles de producción.
- Utilizar el mercado checo como un puente para acceder a otros mercados cercanos, como el eslovaco y el polaco.

Más info

[Accede aquí](#) al estudio de mercado completo

Realización
Andrés Triviño Pérez

Supervisión
Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Praga

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

08 de Agosto de 2024
Praga

<http://republicacheca.oficinascomerciales.es>