

Aceite de oliva en Australia

A. CIFRAS CLAVE

En 2024, el mercado del aceite de oliva en Australia alcanzó un valor estimado de 533 millones de dólares australianos (aproximadamente 309 millones de euros). Además, se trata del aceite comestible más consumido en el país, representando el 48 % del consumo total.

Según datos del Consejo Oleícola Internacional, durante la campaña 2023/24, el consumo de aceite de oliva en Australia fue de 44.500 toneladas, mientras que la producción local apenas alcanzó las 20.000 toneladas. Esto significa que la producción nacional sólo pudo cubrir el 45 % de la demanda.

Estas cifras en el consumo se vinculan al aumento del interés por la salud y la nutrición entre los australianos, quienes valoran especialmente el aceite de oliva virgen extra, tanto por sus beneficios para la salud como por su percepción como producto *premium*.

Cifras clave	2024
Población de Australia	27.204.809
Producto Interior Bruto (millones de AUD)	2.604.215
Consumo total de aceite de oliva en miles de toneladas (2023/24)	44,5
Producción de aceite de oliva en miles de toneladas (2023/24)	20
Tasa de consumo cubierto por producción local	45 %
Consumo per cápita anual (kg)	1,5 – 2
Tamaño del mercado del aceite de oliva en Australia (millones de AUD, 2024)	533
Total de importaciones (miles de toneladas)	32,6
Total de exportaciones (miles de toneladas)	2,2
Precio medio de las importaciones de aceite de oliva español (€/kg, 2024)	8,5

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

La presente ficha sectorial tiene como objetivo analizar el mercado del aceite de oliva en Australia, concretamente aquellos productos enmarcados en la partida 1509 del [Sistema Armonizado \(HS\)](#), definidos como “Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente”.

Asimismo, esta partida arancelaria recoge varios productos bajo su definición, tal y como se muestra en la siguiente tabla:

PARTIDAS ARANCELARIAS DEL SISTEMA ARMONIZADO ESTUDIADAS

Aceite de oliva y sus fracciones

Código arancelario	Descripción
1509	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente
1509.20	Aceite de oliva virgen extra
1509.30	Aceite de oliva virgen
1509.40	Los demás aceites de oliva vírgenes

Fuente: Elaboración propia a partir de la información publicada en [Australian Border Force](#).

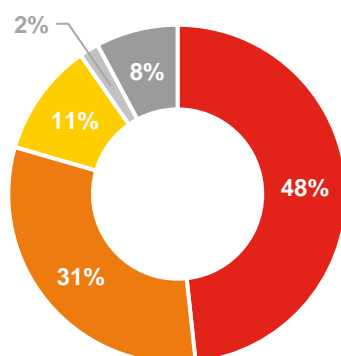
Además del Sistema Armonizado (HS), Australia y Nueva Zelanda utilizan un sistema de clasificación compartido llamado [ANZSIC](#), en el que el aceite de oliva está recogido en la partida 1150 *Oil and Fat Manufacturing* (“Fabricación de aceites y grasas”).

B.2. Tamaño del mercado

En Australia, el consumo de aceite de oliva en el año 2024 ascendió a un valor aproximado de 533 millones de AUD (equivalente a 309 MEUR¹), según datos de Euromonitor. Es, además, el aceite comestible más consumido, representando el 48 % del volumen total de consumo en esta categoría.

DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO DE ACEITE COMESTIBLES EN AUSTRALIA 2024

En porcentaje (%) del total



■ **Aceite de oliva** ■ Aceite de colza ■ Aceite de soja ■ Aceite de girasol ■ Otros aceites comestibles

Fuente: Euromonitor, 2024.

¹ Tipo de cambio considerado en este documento: 1 AUD = 0,5796 EUR ([Reserve Bank of Australia – Exchange Rates](#)).

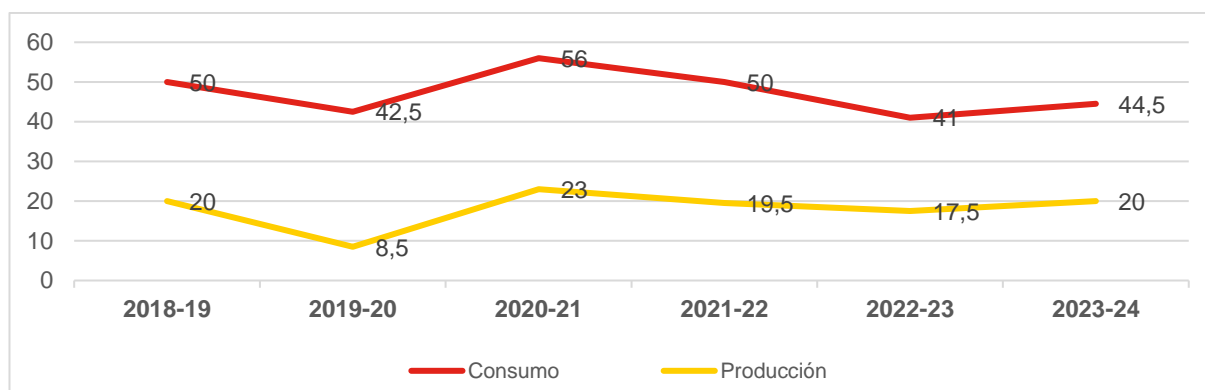


Adicionalmente, según datos publicados por el [Consejo Oleícola Internacional](#), el volumen consumido de aceite de oliva en Australia en la campaña oleícola 2023/24 fue de 44.500 toneladas², mientras que la producción llegó tan sólo a las 20.000 toneladas. Esto significa que, en la última campaña, **la producción local ha cubierto un 45 % de la demanda de aceite de oliva** de los australianos.

A continuación, se muestra la evolución de ambos parámetros durante los cinco últimos años, donde se pueden apreciar oscilaciones entre años, provocadas principalmente por la pandemia de COVID-19 y por el carácter bianual de la vecería. No obstante, pese a las fluctuaciones, **el consumo per cápita se sitúa entre los 1,5 y 2 kg anuales**.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y PRODUCCIÓN DE ACEITE DE OLIVA EN AUSTRALIA

Volumen (miles de toneladas)



Fuente: Consejo Oleícola Internacional, 2024.

Tal y como refleja el gráfico, el desfase entre consumo y producción de aceite de oliva es una constante en el mercado australiano, lo que obliga al país a **recurrir a las importaciones** para satisfacer la demanda nacional.

Así pues, Australia es un país **importador neto**, tanto de aceite de oliva (categoría general, 1509) como de aceite de oliva de virgen extra (1509.20). En ambos casos, el volumen de importaciones es alrededor de 15 veces mayor que el de las exportaciones.

En 2024, las importaciones de aceite de oliva alcanzaron las 32.648 toneladas –equivalente a 263,4 MEUR–, frente a unas exportaciones de aproximadamente 2.200 toneladas.

IMPORTACIONES AUSTRALIANAS DE ACEITE DE OLIVA (1509), POR PAÍSES DE ORIGEN

Volumen (en toneladas)

	2020	2021	2022	2023	2024
España	29.912	26.885	25.101	17.267	21.620
Italia	4.399	4.191	4.746	3.842	8.131
Turquía	556	772	991	818	1.019
Grecia	1.582	1.887	1.390	1.109	855
Líbano	531	785	487	940	585

Fuente: Trademap, 2024.

En el caso del **aceite de oliva virgen extra**, los datos muestran una dinámica similar, con importaciones que en 2024 alcanzaron las 20.620 toneladas –equivalentes a 176,5 MEUR– frente a unas exportaciones de 1.492 toneladas.

² Por lo que respecta al volumen consumido, el Consejo Oleícola Internacional recoge este dato por [campañas oleícolas, definidas como el período comprendido entre el 1 de septiembre de un año hasta el 31 de agosto del año siguiente](#).

IMPORTACIONES AUSTRALIANAS DE ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA (1509.20), POR PAÍSES DE ORIGEN

Volumen (en toneladas)

	2022	2023	2024
España	14.172	9.804	13.699
Italia	2.925	2.419	4.996
Turquía	832	649	834
Grecia	1.177	1.026	601
Líbano	125	223	243

Fuente: Trademap, 2024³.

En cuanto a la procedencia de estas importaciones, tal y como muestran los datos, **España mantiene su liderazgo como principal proveedor del mercado australiano**. En 2024, Australia importó desde España aceite de oliva por un valor de 183,9 MEUR, lo que supone un aumento del 98 % respecto a 2023. En el segmento de aceite de oliva virgen extra, las importaciones procedentes de España ascendieron a 124,3 MEUR, registrando un incremento del 128 % interanual.

B.3. Principales actores

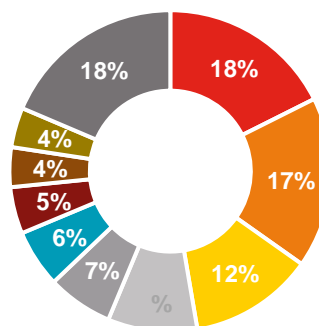
El mercado de los aceites comestibles en Australia –dentro del cual se incluye el aceite de oliva– está dominado por un grupo de unas 10 compañías que concentran más del 80 % de la cuota de mercado.

Entre estas empresas destacan las **grandes cadenas de supermercados** presentes en Australia, como [Aldi](#), [Woolworths](#) y [Coles](#). También tiene un peso clave Boundary Bend, una empresa de origen familiar **productora de aceite australiano**, propietaria de algunas de las marcas más reconocidas. Otro actor clave es [Conga Foods](#), un importante **distribuidor del sector agroalimentario**.

CUOTAS DE MERCADO DE ACEITES COMESTIBLES EN AUSTRALIA, POR EMPRESA

En porcentaje de total (%)

- Aldi Stores Supermarkets Pty Ltd
- Boundary Bend Ltd
- Conga Foods Pty Ltd
- Woolworths Group Ltd
- Coles Group Ltd
- Goodman Fielder Ltd
- Hansells Foods Australia Pty Ltd
- Deoleo
- La Española
- Otros



Fuente: Euromonitor, 2024.

Por lo que respecta a las principales marcas de aceite de oliva en Australia, destacan **Cobram Estate** (Boundary Bend), producido localmente, y **Moro** (Conga Foods), que comercializa aceite de origen español.

Entre las marcas españolas presentes en el país sobresalen también **La Española** (Grupo Acesur) y **Carbonell** (Deoleo). A ello se suma la fuerte presencia de aceites de origen español comercializados bajo marcas de distribuidor, como Remano (Aldi), la marca propia de Coles y la de Woolworths. En conjunto, **las marcas de distribuidor representan aproximadamente el 33 % de la cuota de mercado**.

³ Datos disponibles para esta partida desde 2022



CUOTAS DE MERCADO DE ACEITE COMESTIBLE EN AUSTRALIA, POR MARCA

Distribución en porcentaje (%)

Compañía	Principales marcas de aceite de oliva
Aldi Stores Supermarkets Pty Ltd	Remano – Marca propia (8,2 %) Pure Vita – Marca propia (5,8 %) The Olive Tree – Marca propia (3,7 %)
Boundary Bend Ltd	Cobram Estate (13,7 %) Red Island (3,5 %)
Conga Foods Pty Ltd	Moro (8,6 %) Squeaky Gate (3,9 %)
Woolworths Group Ltd	Marca propia (9 %)
Coles Group Ltd	Marca propia (6,6 %)
Goodman Fielder Ltd	Crisco (4,1 %)
Deoleo	Bertolli (2,1 %) Carbonell (1,5 %)
La Española	La Española (4 %)

Fuente: Euromonitor, 2024.

Por lo que respecta a **la producción local, esta se concentra principalmente en el estado de Victoria**, donde las condiciones climáticas favorecen el cultivo de olivos. Según IBIS World, esta región representa el 41 % de la producción australiana.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

España es el principal exportador de aceite de oliva a Australia, tanto en su variedad general (1509), como de aceite de oliva virgen extra (1509.20). En este mercado, **Italia** es también un actor destacado, ya que ocupa el segundo lugar en volumen de exportaciones hacia el país oceánico.

En cuanto al valor por volumen (€/kg), el aceite de oliva italiano ha mantenido históricamente precios más elevados. No obstante, en 2024, el valor unitario de las importaciones de aceite español superó al del italiano, tras varios años de progresiva reducción de la diferencia. De consolidarse esta tendencia, podría reflejar una mejora en la percepción del aceite español y un fortalecimiento de su posicionamiento en términos de calidad y competitividad.

EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE LAS IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA

Precio en euros por kg

Origen	2020	2021	2022	2023	2024
España	2,9	3,0	3,9	5,4	8,5
Italia	3,6	4,0	4,5	5,7	7,6

Fuente: Trademap, 2024.

Esta tendencia se ha replicado también en la categoría del **aceite de oliva virgen extra**, puesto que en 2024 el precio del producto español alcanzó los 9,08 €/kg, frente a los 7,56 €/kg del italiano.

Una clara muestra de la positiva percepción del aceite de oliva español en Australia es el éxito de marcas como **Moro** (Conga Foods), que se ha consolidado como uno de los principales referentes de calidad en el mercado. A su lado, destacan también marcas españolas como **La Española** (Grupo Acesur) y **Carbonell** (Deoleo), que refuerzan la presencia directa de productores españoles en el país. Paralelamente, marcas locales como **Remano** (Aldi) y la marca propia de Coles comercializan aceites de oliva de origen español, ampliando la presencia del producto en lo relativo a marcas de distribuidor.



En este contexto, conviene destacar que gran parte de las exportaciones españolas se canalizan a través de **marcas de distribuidor**, lo que permite una mayor penetración en el mercado australiano. No obstante, también existe una presencia, aunque más limitada, en tiendas especializadas, como [Simon Johnson](#) y [Gourmet Life](#), donde se pueden encontrar aceites de oliva españoles de gama alta como **Pons** o **Castillo de Canena**.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

El aumento de la **conciencia sobre la salud** entre los australianos ha llevado a un mayor consumo de aceite de oliva como grasa para cocinar y elaborar comidas. Esta tendencia se debe, en parte, a la mayor preocupación por llevar una dieta más saludable, favoreciendo grasas saludables en detrimento de la margarina o aceites refinados.

Además, según apunta IBIS World, ha aumentado la preferencia por alimentos que no sólo sean saludables, sino que también se perciban como **productos premium**. El aceite de oliva virgen extra, por ejemplo, no sólo es valorado por sus beneficios nutricionales, sino también por su calidad superior. Por lo tanto, Australia actualmente presenta un contexto favorable para el consumo de aceite de oliva, con **un mercado cada vez más dispuesto a adoptar este producto en su dieta diaria**.

No obstante, conviene tener en cuenta que se trata de un mercado altamente competitivo, en el que operan más de [900 productores locales de aceite de oliva virgen extra](#), y donde existe una marcada preferencia del consumidor por el producto nacional.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

La mayoría de los consumidores adquieren aceites comestibles a través de **cadena de supermercados, canal que alcanza el 89,6 % del volumen total de ventas** según datos publicados por Euromonitor. Un porcentaje menor, correspondiente al 9,3 %, se vende a través de plataformas de comercio electrónico, mientras que el resto se compra en tiendas de conveniencia y, en menor medida, en otros canales alternativos.

En cuanto a los **principales supermercados** en Australia, destacan fundamentalmente [Woolworths](#) y [Coles](#). Sin embargo, en los últimos años, [Aldi](#) ha conseguido una cuota de mercado importante gracias a su estrategia de precios competitivos. Otros actores de peso en la industria son [Metcash](#) (propietaria de los supermercados **IGA**, entre otros) y [Costco](#), más orientada a la venta al por mayor y producto a granel.

E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

E.2.1. Legislación técnico-sanitaria

La importación de alimentos en Australia está sujeta al cumplimiento de **estrictas condiciones sanitarias** para mitigar el riesgo biológico. Actualmente, la autoridad competente para el establecimiento de estas regulaciones y estándares es el [Departamento de Agricultura, Pesca y Silvicultura \(DAFF\)](#). Las condiciones generales de bioseguridad que deben cumplir las importaciones de alimentos están recogidas en la ley [Biosecurity Act 2015](#).

Esta ley proporciona un marco legislativo general que no abarca las condiciones específicas aplicables a cada producto. No obstante, esta información puede encontrarse actualizada y detallada en el Sistema de condiciones de bioseguridad para la importación ([BICON](#)). En este servicio, el aceite de oliva se encuentra bajo la categoría **“Fruit and vegetable juices, chilled pulps, purees and pastes, plant oils and plant-based beverages” > “Plant oils in retail-ready packaging”**.

Entre las condiciones para la importación de aceite de oliva detalladas en BICON, destacan las siguientes:

- **No es necesario un permiso de importación** emitido por el DAFF.



- Los productos deben estar **limpios y libres de semillas no comerciales, tierra, restos animales o vegetales** y cualquier otro material que represente un riesgo de bioseguridad.
- Cada envío debe estar empacado en **embalaje nuevo y limpio**.

Además, todos los productos importados en Australia deben cumplir los **requisitos de seguridad** establecidos en el [Imported Food Control Act 1992](#) y el [Australia New Zealand Food Standards Code](#). Este último incorpora un **apartado específico relativo a aceites comestibles**, donde se define qué productos reciben tal consideración, así como ciertos requisitos adicionales.

E.2.2. Etiquetado y certificaciones

El **etiquetado de alimentos** en Australia se encuentra regulado por la agencia [Food Standards Australia New Zealand](#) (FSANZ) en el [Australia New Zealand Food Standards Code](#). Asimismo, hay ciertos aspectos relacionados con la identificación del origen del producto que son regulados con mayor detalle por la [Australian Consumer Law](#).

Por otro lado, en Australia, **no existe una normativa específica para la importación de productos orgánicos**, por lo que tanto productores nacionales como importadores pueden optar por utilizar un estándar nacional (como el AS 6000-2015), certificaciones privadas u otros estándares internacionales, como el europeo.

Por lo tanto, **un producto podría comercializarse como orgánico bajo el logo de cualquier certificadora o estándar**, siempre que se pueda [demostrar el cumplimiento de los requisitos exigidos](#) por la certificación elegida. Es fundamental garantizar que no haya desinformación o fraude en el etiquetado, protegiendo así al consumidor final tal y como indica la [ACCC \(Australian Competition & Consumer Commission\)](#).

En cuanto a los **símbolos de reciclaje en el etiquetado**, es práctica común en los productos australianos seguir el sistema [ARL \(Australasian Recycling Label\)](#) de [APCO \(Australian Packaging Covenant Organisation\)](#), ya que está reconocido a [nivel gubernamental](#).

E.3. Asociaciones, ferias y eventos

Para apoyar y fortalecer este sector, existen diversas **organizaciones** que desempeñan un papel crucial.

- **[Australian Olive Association](#)**: es el principal organismo que representa a la industria olivícola en Australia. Promueve el desarrollo sostenible del sector mediante investigación, estándares de calidad, gestión de riesgos y defensa de los productores. Además, emite su propia certificación relativa a la calidad del aceite.
 - **[Australian Extra Virgin Olive Oil](#)**: es una plataforma de información y promoción del aceite de oliva virgen extra australiano dependiente de la Australian Olive Association. Su objetivo es educar a los consumidores sobre la calidad, frescura y beneficios del aceite de oliva producido en Australia, además de fomentar su consumo.
- **[Australian Olive Oil Association](#)**: es una organización que fomenta la calidad y autenticidad del aceite de oliva en Australia. Su labor se centra en educar a los consumidores, garantizar estándares internacionales y promover una competencia justa en la industria. Asimismo, ofrece el [Certified Quality Seal Program](#), que avala los aceites de oliva que cumplen con los más altos estándares. Más recientemente, la asociación ha impulsado también la iniciativa [Get Drizzling](#), para promover el consumo de aceite de oliva a través de la publicación de recetas y concursos, un proyecto al que se ha sumado la [Interprofesional del Aceite de Oliva Español](#).

Por otro lado, la participación en **ferias especializadas** puede impulsar la visibilidad y las oportunidades comerciales:

- **[Fine Food Australia](#)**: con más de 40 años de trayectoria, esta feria está dirigida principalmente a los profesionales de la industria, por lo que reúne a productores, distribuidores, importadores y compradores.
- **[FoodService](#)**: feria dirigida a los profesionales del sector HORECA donde se presentan nuevas soluciones, ingredientes, equipamiento y servicios para la industria gastronómica.

F. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Sídney** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Australia**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Australia, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Centro Edgecliff, Oficina 408, 4.º Piso, 203 New South Head Rd, Edgecliff.
Sídney 2026 – Australia
Teléfono: +61 2 9362 4212
Correo electrónico: sidney@comercio.mineco.es
<http://Australia.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) 97 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTOR

Conrad Morales Caula

Oficina Económica y Comercial
de España en Sídney

sidney@comercio.mineco.es

Fecha: 30/04/2024

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

NIPO: 224250231

www.icex.es

