

Comercialización y marketing

La legislación aplicable al aceite de oliva en Alemania es el Reglamento CE 2568/91 y su modificación recogida en el Reglamento CE 796/2002 sobre el aceite de oliva y los aceites de orujo de oliva y sus métodos de análisis. Sobre las normas de comercialización se aplica el Reglamento CE 1019/2002 del 13 de Junio de 2002. Más información en: <http://europa.eu.int/eur-lex/es/>

Respecto de los elementos del etiquetado, deberá figurar la denominación comercial del producto, por ejemplo Natives Olivenöl Extra, el nombre o firma y dirección del fabricante (Erzeuger), envasador (Abfüller) o de una empresa comercial establecida (Vertrieb, Import) en la Comunidad Económica Europea, la relación de ingredientes, la cantidad contenida en el envase (Fertigpackungsverordnung, Reglamento sobre envases unitarios), la fecha de duración mínima (Mindestens haltbar bis...), la estandarización de los envases- volumen del envase y la mención del lote.

Todas estas indicaciones se han de hacer en idioma alemán, en una parte del envase y en letra bien visible, fácilmente legible y en impresión indeleble. Respecto a los envases obligatorios para el aceite de oliva, hay que hacer referencia al anexo 1 de la Orden sobre el envasado para la venta al consumidor final y al Reglamento CE 1019/2002 del 13 de Junio

de 2002, sobre las normas de comercialización. Bajo las premisas de una mayor transparencia de mercado y un crecimiento continuado de la demanda, sobre todo por parte de los segmentos de la población con alto poder adquisitivo, es de esperar que el aceite de oliva español logre un mejor posicionamiento en este mercado, dada sus claras ventajas comparativas con respecto a otros países competidores.

Normalmente el consumidor alemán medio utiliza el aceite de oliva virgen para aliñar ensaladas, si bien se observa asimismo su creciente uso en la elaboración de platos calientes, tendencia que explica en parte el notable incremento en su consumo. Como ya se ha comentado la innovación en la comercialización del aceite de oliva ha sido constante en los últimos años. Se está comenzando a comercializar aceites de oliva combinados con especias (romero, albahaca, estragón...), o mezclados con otros tipos de aceites vegetales. De esta forma se aprovecha la asociación que el consumidor hace entre el aceite de oliva, las especias y la cocina mediterránea, al mismo tiempo que se consigue llegar a aquellos consumidores

para los que el sabor del aceite de oliva virgen es demasiado fuerte.

Envase de vidrio

La mayor parte del aceite de oliva destinado al consumidor alemán, se vende en envase de cristal. El envase P.E.T. tiene una presencia menor, siendo habitual como envase para aceites de inferior calidad (y uso común), como es el caso del aceite de girasol; cuando se trata de diferenciar un producto intentando presentarlo como un aceite de calidad superior, es recomendable la presentación del producto en envases de cristal. En cuanto al tamaño del envase en el que se presenta el aceite de oliva hay que tener en cuenta que el consumo per cápita actual del aceite de oliva se encuentra en 0,8 litros al año (datos del año 2001). De acuerdo con los datos disponibles el envase más vendido durante el año 2002 correspondió al de 0,5 litros, con una cuota de facturación del 47,2 % sobre el total. Los envases con una capacidad de 0,75 litros presentaron una cuota de facturación sobre el total del 41,1%.



Precios

Los siguientes datos, facilitados por la Oficina de Información de la UE para el aceite de oliva en Alemania (Syntax) muestran un análisis realizado durante el 1º semestre del 2002 de la segmentación de precios para el aceite de oliva virgen extra, en hipermercados alemanes a partir de un universo analizado de 1.300 toneladas. Los envíos

realizados con destino a un Estado miembro de la Unión Europea, ya no se consideran exportaciones, sino entregas intracomunitarias de bienes, y más en concreto expediciones (o Introducciones, cuando se trata de importaciones)

Teniendo en cuenta lo anterior, los requisitos documentales de los movimientos de mercancías entre los Estados miembros de la Unión Europea, son: Factura Comercial, que debe contener, obligatoriamente, además de todos los datos característicos de este tipo de documento el número de identificación fiscal asignado a efectos del IVA intracomunitario, del vendedor y, el número de identificación fiscal asignado a efectos del IVA intracomunitario, del comprador.

La factura deberá emitirse sin IVA si el comprador ha facilitado su número de identificación antes citado. Si no es así, se deberá incorporar dicho impuesto. En la práctica, una copia de la factura puede acompañar a las mercancías cuando no existe un Albarán de entrega, como por ejemplo, en una venta en fábrica (Ex-Works).

Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y Departamento de Comercio Exterior de la Cámara de Ciudad Real

“ Normalmente el consumidor alemán medio utiliza el aceite de oliva para aliñar las ensaladas ”