ANSOTEC
No podemos controlar el clima, pero sí los procesos
Saber más

IBERIKA AMENDUNI

Entrega inmediata y diseño original
HAUS, calefacción eléctrica de diseño. Así nacen los Cerámicos verticales de HAUS, la nueva gama de radiadores diseñados por HAUS, para calentar y embellecer tus espacios con la máxima eficiencia. Descubre más del sistema.
HAUS

Mercacei
información | aove | olivar
El grupo editorial oleícola más grande del mundo

Herpasur sa
CALDERERÍA INOX
Buscar

Actualidad

¿Cómo percibe el aceite de oliva virgen extra el consumidor italiano?

Lunes 20 de octubre de 2025, 12:38 h
03:45

Es necesario revisar la información de las etiquetas del AOVE. Este es el último hallazgo de una encuesta realizada por la Unione Italiana Famiglie Olearie (UIFOL), sobre la percepción del aceite de oliva virgen extra que exploró el subconsciente del consumidor para identificar sus necesidades más latentes.

Los resultados de la encuesta, realizada a 1.500 consumidores que habitualmente compran este producto en grandes superficies y procedida de otra encuesta cualitativa a 217 consumidores a lo largo de 1.700 conversaciones, confirman que el AOVE se percibe como un producto extraordinariamente positivo, capaz de combinar excelencia funcional y riqueza emocional: un ingrediente nutritivo, sensorialmente satisfactorio, culturalmente identificable y con raíces emocionales.

No obstante, también encontramos datos alarmantes. Por ejemplo, los relativos a la comunicación en torno a la calidad de la grasa vegetal más saludable del mundo, que hasta la fecha ha sido claramente insuficiente, vaga y, a menudo, irrelevante.

"Si queremos crear valor, debemos renovarla por completo", señalan desde la asociación. El 86% C se ha consolidado como un pilar fundamental de la nutrición, la salud, la gastronomía y la cultura; sin embargo, una de cada dos personas admite desconocer el producto y elegirlo instintivamente. A ello se suman etiquetas poco claras e incompletas, y una escasa capacidad por parte de los consumidores para discernir acerca de la calidad y diferencias entre los vírgenes extra. Asimismo, el lenguaje científico se considera confuso, con el riesgo de alienar a los consumidores.

Según UNIFOL, estos exigen un lenguaje sencillo, conceptos claros, términos comprensibles e información más útil para aprender a reconocer las diferencias y características de los AOVEs. Todos estos conceptos útiles se esconden tras las palabras "amargo" y "picante", atributos positivos para los expertos del sector, pero que "en realidad desincentivan y desalientan a los consumidores".

Todo ello conduce a una paradoja: hoy en día contamos con aceites de oliva vírgenes extra de enorme riqueza organoléptica y sensorial con múltiples usos -algunos de ellos nuevos- se producen AOVEs muy ricos en antioxidantes con un alto valor nutricional que constituyen una fuente de bienestar; pero los consumidores lo desconocen y los productores carecen de las herramientas para informarlos.

Cuatro paneles para debatir sobre mercado, regulación, calidad y competencia

Para debatir los resultados de la encuesta, UNIFOL reunió el pasado 16 de septiembre a algunas de las figuras más destacadas del sector en el Palacio Montecitorio de Roma. Los cuatro paneles compusieron propuestas en las áreas de mercado, instituciones, calidad y competencia, y debatieron su impacto en el sector, tanto a los anteriores Leandro Pacchioni, Mondì y Pinnalco, participaron, entre otros, Roberto Rombolà, del grupo Il Fiì; Massimo Lucentini, del grupo Iride; Ildefonso Laujna, del COI; Massimiliano Ghinazzi, de COI's; Marco Riccardo Bianconi, de ACS; Soledad Serrano, de OriZaivi Internacional; Maurizio Servili, de Unipg; Valentina Giovannini, de la Cámara de Comercio Italiana en Canadá; Beniamino Trinchi, de Pierrilit; Michele Stiffanti, de Amendunì; Valentina Cardone, de Chemiservice; Giulio Scatolini, de Acqa; y Angelo Faberi, de ICQRF. Los paneles también contaron con la participación de destacadas figuras políticas, como la eurodiputada Camilla Laureti, la senadora Giusella Naturale y el diputado Marco Correio.

Las principales marcas y grupos de distribución presentes en el panel de mercado coincidieron en la necesidad de ser más audaces para ir más allá y diferenciar los AOVEs, innovando en el lenguaje y la categoría para segmentar el mercado. Se necesitan normas más flexibles, adaptadas a los nuevos tiempos y que permitan la narración de los logros de calidad de los vírgenes extra.

El panel institucional también coincidió en ese punto, reconociendo la necesidad de repensar el modelo de etiquetado para proporcionar información útil a los consumidores en su elección, sin convertirlo en un prospecto de información farmacológica. Promover el valor también requiere combatir las prácticas desleales y una regulación más uniforme de los precios por debajo del coste a nivel europeo, cuyos efectos sobre el valor de un producto incomprendido como el aceite de oliva virgen extra son perjudiciales. Para UNIFOL, cuando los países puedan presentar propuestas para revisar la normativa, el COI estará listo para hacer su parte.

La recomendación unánime de los integrantes del panel de calidad es que los legisladores mejoren la normativa para impactar positivamente en los consumidores, permitiéndoles apreciar y comprender los beneficios para la salud y sensoriales del AOVE de calidad, en línea con lo que ya se está adoptando en Europa para otras matrices alimentarias.

Finalmente, el panel de la competencia señaló cómo el panorama de la producción global está experimentando cambios significativos que podrían redefinir la geografía, la competencia y las alianzas entre los países productores en el futuro. De ahí que se exija fundamental interpretar con rapidez la dinámica competitiva, mejorar el conocimiento y la profesionalidad de los operadores para anticipar las tendencias en los mercados cuisinos y nuevos, y crear nuevas alianzas y afrontar desafíos competitivos, considerando los cambios previstos en los hábitos alimentarios de las nuevas generaciones.

El tercer Medio continuo
Manzano Flottweg
OPTIAOVS
Look out! High Quality Extra Virgin Olive Oil is right here!
Suscribete a nuestro boletin de noticias
E-Mail:
Acepto las Condiciones del uso
Enviar suscripción

Noticias relacionadas

Unaprol y la Fundación Divercibus organizan una nueva edición del Curso Técnico Oficial para Catadores Profesionales de AOVs

Unaprol organiza en Roma una jornada técnica de alto nivel

Denuncian en Italia el precio "sospechosamente" bajo del AOVE en los lineales

El 33% de los consumidores italianos desearía una "carta de aceites" en el restaurante

Calidad y geocertificación del producto, claves para impulsar el posicionamiento del sector de oliva español en Alemania

El consumo mundial de aceite de oliva podría aumentar un 10% en la campaña 2024/25

Los stocks de aceite de oliva en Italia se sitúan en 199.198 toneladas

Más noticias del día en CLUBMercacei
CLIC AQUÍ
ACTUALIDAD, A TIEMPO REAL | LAS NOTICIAS MÁS IMPORTANTES DEL SECTOR

Solución total herbicida para tu olivar, con el equipo más completo

Filtros y Separating Group Pressed 3D

GIA 40

iTEA

AYUDAS PARA SEGUROS AGRARIOS

Alta y constante PRODUCTIVIDAD en secano y riego

METAL se recicla para siempre

Industrial Machinery Solutions

bioestimul

CALIDAD Y TRAZABILIDAD DESDE EL ORIGEN

VISITANOS EN AYRTAC

Variedades para el olivar

CONTROL DE PRODUCCION CP-504 AUTELEC

Agrobank, más de 1.100 oficinas y 2.000 especialistas en tu negocio

Panel Test

Nueva ley ANTI-FRAUDE

CDROXiTester Análisis de Aceite de Oliva

TECNOLOGÍA ITALIANA, TEMPERAMENTO ESPAÑOL

interOleo

Palacín

NUESTRAS PUBLICACIONES

Compra nuestras publicaciones digitales para leerlas en tu formato preferido
ACCEDER

Privacidad