



L'identikit del consumatore d'olio d'oliva

La Fundación Caja Rural de Jaén ha appena presentato, con l'aiuto di Juan Vilar, i risultati di uno studio che analizza il comportamento dei consumatori di olio d'oliva in tutto il mondo.

Secondo questo studio, il tipico consumatore internazionale di olio d'oliva è un maschio, generalmente religioso, dato che cattolici, buddisti e musulmani credenti consumano più olio d'oliva del resto dei cittadini del mondo.

Ha tra i 49 e i 75 anni, ha diversi figli, un livello di istruzione medio o alto, una fascia di reddito media e compra oli vergini di oliva. La maggior parte di loro lo compra nel PET, e nei supermercati, e lo usa principalmente come prodotto crudo da condire o da aggiungere alle insalate, ai toast, ecc.

La maggior parte di loro, più del 70%, lo consuma in casa, e quando lo fa fuori casa, dove consuma anche, di solito lo prende in bar e ristoranti in più di un quarto delle occasioni.

Ogni persona consuma 25 kg di oli e grassi all'anno, di cui solo 400 grammi sono oli d'oliva.

Attualmente, nel mondo si consumano 248 milioni di tonnellate di oli e grassi vegetali e animali, di cui l'80% è destinato all'uso alimentare, umano o animale, mentre il restante 20% è destinato all'industria biotecnologica, alla produzione di biocarburanti, ecc.

3,1 milioni di tonnellate sono oli d'oliva, cioè l'1,25% del totale, e se togliamo gli oli destinati al consumo industriale, la percentuale che l'olio d'oliva rappresenta sarebbe l'1,56% del totale dei grassi animali e vegetali destinati all'alimentazione animale e umana.