Notas Sectoriales

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Oslo

El mercado del aceite de oliva en Noruega

ICEX

ICEX INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR

Notas Sectoriales

El mercado del aceite de oliva en Noruega

Esta nota ha sido elaborada por Mario Alberto Eleno Sánchez bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Oslo

Mayo 2008

ÍNDICE

CONCLUSIONES **4**

I. DEFINICION DEL SECTOR **6**
1. Delimitación del sector 6
2. Clasificación arancelaria 6

II. OFERTA **7**
1. Tamaño del mercado 7
2. Producción local 7
3. Importaciones 8

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA **10**

IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN **11**

V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL **13**

VI. DISTRIBUCIÓN **14**

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO **17**

VIII. ANEXOS **18**
1. Empresas 18
2. Ferias 23
3. Publicaciones del sector 23
4. Asociaciones 24
5. Otras direcciones de interés 24

CONCLUSIONES

Noruega, como la mayoría de países nórdicos, no ha tenido tradición de consumir y cocinar con aceite de Oliva, y solo recientemente se ha empezado a utilizar, por lo que hasta hace poco el consumo de aceite de oliva en Noruega era muy reducido. La gastronomía noruega es típicamente nórdica y se cocina con mantequilla o margarina. Además, las ensaladas se suelen aderezar con salsas (dressing) ya preparadas.

- El aceite de oliva va ganando terreno a otro tipo de aceites y mantequillas para cocinar entre los noruegos, que valoran los beneficios para la salud que aporta este producto. Noruega es otro de los países que va incorporando el aceite de oliva en sus comidas y poco a poco se van imponiendo los hábitos gastronómicos mediterráneos.
- Durante el año 2007, España fue el principal exportador de aceite de oliva en Noruega. Nuestro país alcanzó una cuota de mercado del 45,2% de las importaciones de aceite de oliva virgen y el 68,9% del resto de aceites de oliva. Por tanto la introducción de una nueva marca española, probablemente, tendrá como principal competencia a los productores de nuestro propio país pero con la sinergia de que España tiene ya una buena imagen para este producto.
- El aceite, el vino, las frutas y verduras y, en general, todos los productos de alimentación procedentes de España son considerados de alta calidad por lo noruegos. Con respecto al vino es necesario señalar que sus canales de distribución son totalmente diferentes al resto de los productos alimenticios ya que existe un monopolio de vinos y estos solo pueden venderse en sus tiendas especializadas.
- Los noruegos tienen un poder adquisitivo alto y son exigentes con la calidad de los productos que compran. Sin embargo, el precio es muy sensible en productos de similar calidad por el alto coste de los alimentos en general. Sólo un 11,5% del gasto por hogar se dedica a la alimentación y bebidas no alcohólicas.
- La percepción del aceite de oliva es todavía de producto exclusivo, por lo que la forma más habitual de comercializarlo es en envases de cristal (normalmente de 00 ml).y en últimamente se encuentra también en envases de plástico por su menor coste de transporte.
- Se ha detectado también un creciente interés por el aceite de Oliva Ecológico. Sim embargo, Noruega no es un país en el que la demanda de productos ecológicos en general y frescos en particular tenga importancia, probablemente por que todavía sus precios

son mas elevados que los productos alimenticios normales, que de por si son de los mas caros del mundo.

La distribución agroalimentaria en Noruega se caracteriza por la atomización de los puntos de venta, y la gran concentración del sector de la distribución. El mercado de la alimentación está dominado por las cadenas de supermercados, con casi un 75% de los establecimientos y un 90% de las ventas.

I. DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

La presente nota sectorial se ha centrado en el análisis del mercado del aceite de oliva en Noruega.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Las partidas correspondientes al aceite de oliva según el código arancelario noruego (www.toll.no) que se han incluido en el presente estudio son las siguientes:

_ 15.09 Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente:

_ 1509.10 Virgen

_ 1509.1010 No destinado al consumo humano

_ 1509.1090 Para el consumo humano

_ 1509.90 Los demás aceites de oliva

_ 1509.9010 No destinado al consumo humano

_ 1509.9090 Para el consumo humano

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

Enclavada en una de las regiones más desarrolladas de Europa, con una población reducida (4.737.000 habitantes) y unos recursos naturales privilegiados, Noruega se sitúa en los primeros puestos mundiales en cuanto a renta por habitante (aproximadamente 55.000 $ de renta por paridad de poder adquisitivo en 2007), que se cifra en más del doble que la de la media de la Zona Euro. Ello no significa que no se puedan señalar problemas económicos a medio o largo plazo, pero la realidad es que se trata de una de las economías más saneadas del mundo. Así, mientras pueda contar con la importante renta del sector de los hidrocarburos (que, si bien las estimaciones oficiales dicen que ha alcanzado su pico, es decir el máximo de la producción, todavía seguirá a niveles similares a los actuales durante varias décadas) y efectúe una gestión política eficaz y transparente, este país tiene asegurada una estabilidad económica envidiable. La economía noruega continuará muy saneada, pero con tasas de crecimiento algo menores que en los últimos cuatro años. El crecimiento de la producción y de la productividad son todavía elevados y el mercado laboral sigue muy fuerte. Se espera que el crecimiento disminuya gradualmente.

El nivel de vida en noruega es uno de los mayores del mundo. Además de la renta por habitante, señalada anteriormente, en el Informe Sobre el Desarrollo Humano publicado anualmente por la ONU, Noruega apareció en el primer lugar desde el año 2001 hasta 2007, superado en 2007 tan sólo por Islandia. Noruega, por tanto, es uno de los países con mayor nivel de vida en todos los aspectos.

El horario de comidas en Noruega es distinto del español. Hacen 4 comidas al día: desayuno (frokost), almuerzo (lunsj), comida (middag) y cena (kvelsmat). La más importante y la principal es la comida y tiene lugar a media de tarde, después de trabajar, las otras tres son comidas ligeras y normalmente frias.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

No existen datos publicados de producción noruega de aceites destinados a la alimentación.

Los datos de producción de mantequilla (producto sustitutivo) durante el año 2006 ascendieron a un total de 42.522 kg. No hay cifras para el 2007.

Por otro lado, las importaciones de aceite de colza para consumo humano son superiores a las de aceite de oliva, por lo que es probable como parece deducirse del siguiente cuadro, que este también este también entre en competencia con el aceite de oliva.

Importaciones de varios tipos de aceite en millones de euros:

	2004	2005	2006	2007
Soja	3.205	15.797	17.556	21.228
Oliva	12.776	13.214	15.259	13.436
Palma	12.212	13.805	9.529	11.492
Girasol	1.340	1.179	1.875	2.048
Colza	20.508	29.664	61.668	64.469

3. IMPORTACIONES

Hasta hace poco, el consumo de aceite de oliva en Noruega era muy reducido, ya que la cultura gastronómica noruega es típicamente nórdica y se cocina con mantequilla o margarina. Cabe destacar que la producción de margarina durante el 2006 ascendió a. Además, las ensaladas se suelen aderezar con salsas (dressing) ya preparadas.

El aceite de oliva va ganando terreno a otro tipo de aceites y mantequillas para cocinar entre los noruegos, que valoran los beneficios para la salud que aporta este producto.

Noruega es otro de los países que va incorporando el aceite de oliva en sus comidas y poco a poco se van imponiendo los hábitos gastronómicos mediterráneos.

Por otra parte, hay que destacar que existe una evolución hacia un mayor uso del aceite de oliva dado el alto nivel de internacionalización de Noruega, ya sea por el turismo a España, por los frecuentes viajes profesionales al exterior o por la nueva imagen de la cocina mediterránea. El aceite de oliva tiene una imagen de producto dietético, al menos en ciertos niveles de consumidores. También existe una demanda clara y positiva de otros productos agroalimentarios mediterráneos como las frutas y hortalizas, vinos, embutidos, quesos, etc.

En función de las costumbres alimenticias de los noruegos, lo mas probable es que de las cuatro comidas que hacen al día (desayuno, almuerzo, comida y cena), sea en la comida en la que podría tener cabida el uso del aceite de oliva, bien sea en ensaladas o frituras. Esto es así ya que en las otras comidas se suele comer algo ligero y normalmente frío.

Noruega es un país con unos 4.7 millones de habitantes cuya media de edad no llega a los 38 años. De estos, un 65.5% están comprendidos entre los 15 y 64 años y un 15% supera los 65 años. Esto es importante porque es en estos dos estratos donde reside el poder de compra. Es uno de los países más ricos del mundo gracias al petróleo. La población de Noruega tiene una renta disponible alta, sin embargo la parte destinada a la alimentación es baja, en línea con los países desarrollados. Un estudio del Instituto Noruego de Estadística muestra que el 11.5% del gasto familiar está destinado a la comida y bebida sin alcohol, por detrás del gasto destinado en ocio y cultura (12.6%), del gasto en transporte (17.3%), y por detrás del

destinado a la casa y sus gastos (26.7%, el mayor gasto de los noruegos). Sin embargo existe una marcada tendencia a la sofisticación de su gastronomía, tradicionalmente considerada por los propios noruegos como excesivamente simple.

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

Hasta hace poco, el consumo de aceite de oliva en Noruega era muy reducido, ya que la cultura gastronómica noruega es típicamente nórdica y se cocina con mantequilla o margarina. Cabe destacar que la producción de margarina durante el 2006 ascendió a. Además, las ensaladas se suelen aderezar con salsas (dressing) ya preparadas.

El aceite de oliva va ganando terreno a otro tipo de aceites y mantequillas para cocinar entre los noruegos, que valoran los beneficios para la salud que aporta este producto.

Noruega es otro de los países que va incorporando el aceite de oliva en sus comidas y poco a poco se van imponiendo los hábitos gastronómicos mediterráneos.

Por otra parte, hay que destacar que existe una evolución hacia un mayor uso del aceite de oliva dado el alto nivel de internacionalización de Noruega, ya sea por el turismo a España, por los frecuentes viajes profesionales al exterior o por la nueva imagen de la cocina mediterránea. El aceite de oliva tiene una imagen de producto dietético, al menos en ciertos niveles de consumidores. También existe una demanda clara y positiva de otros productos agroalimentarios mediterráneos como las frutas y hortalizas, vinos, embutidos, quesos, etc.

En función de las costumbres alimenticias de los noruegos, lo mas probable es que de las cuatro comidas que hacen al día (desayuno, almuerzo, comida y cena), sea en la comida en la que podría tener cabida el uso del aceite de oliva, bien sea en ensaladas o frituras. Esto es así ya que en las otras comidas se suele comer algo ligero y normalmente frío.

Noruega es un país con unos 4.7 millones de habitantes cuya media de edad no llega a los 38 años. De estos, un 65.5% están comprendidos entre los 15 y 64 años y un 15% supera los 65 años. Esto es importante porque es en estos dos estratos donde reside el poder de compra. Es uno de los países más ricos del mundo gracias al petróleo. La población de Noruega tiene una renta disponible alta, sin embargo la parte destinada a la alimentación es baja, en línea con los países desarrollados. Un estudio del Instituto Noruego de Estadística muestra que el 11.5% del gasto familiar está destinado a la comida y bebida sin alcohol, por detrás del gasto destinado en ocio y cultura (12.6%), del gasto en transporte (17.3%), y por detrás del destinado a la casa y sus gastos (26.7%, el mayor gasto de los noruegos). Sin embargo existe una marcada tendencia a la sofisticación de su gastronomía, tradicionalmente considerada por los propios noruegos como excesivamente simple.

IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

En la observación directa (en fechas recientes) de las principales supermercados y tiendas noruegas (ICA, Rema, Rimi y Kiwi), donde se venden productos alimenticios, se han detactado numerosos productos españoles. El cuadro adjunto muestra los precios en coronas de diferentes topos de aceites españoles. Por volumen de ventas la marca española con mayor presencia es Ybarra, que ofrece una amplia gama de variedades aunque a precios superiores a otras marcas.

Producto	Supermercado	Precio (NOKr/L)	Características
Aceite de Oliva Ybarra	Kiwi	63	Botella plástico
Aceite de Oliva El Dorado	Kiwi	59	Botella cristal
Aceite de Oliva First Price	Kiwi	54	Botella plástico
Aceite de Oliva Ybarra	Rimi	66	Botella plástico
Aceite de Oliva Ybarra	Rema	63	Botella plástico

Para obtener una idea aproximada del escandallo del precio del producto hay que añadir al precio base todos los porcentajes incluidos en el siguiente cuadro, (que muestra un ejemplo genérico de un escandallo de precios en Noruega):

Concepto	Porcentaje aproximado
Transporte	5%
Margen del importador	Normalmente entre el 10% y 15%
Márgen del distribuidor	Entre el 10% y 15%, las tiendas pequeñas llegan a duplicar este porcentaje
Impuestos y aranceles	Los impuestos se explican a continuación, los aranceles se detallan en el punto VII.

Los impuestos a los que estaría sometido el aceite de oliva son:

Dependiendo de si el aceite se dedica a consumo humano o anima:

CÓDIGO ARANCELARIO	FA 200	NP 200	IVA
1509.10.10	-	-	14%
1509.10.90	0,25%	1,14%	25%
1509.90.10	-	-	14%
1509.90.90	0,25%	1,14%	25%

Adicionalmente, el importador noruego tiene que pagar un impuesto destinado a la investigación de alimentos (“research duty” o forskningsavgift) denominado FA 200 y que se calcula sobre el valor CIF de la mercancía. Otro impuesto que soporta también el importador es el NP 200 (“food production duty” o matproduksjonsavgift) calculado también sobre el valor CIF de la cantidad importada.

V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Los productos españoles están presentes en sectores como el alimentario, moda y calzado y también hay empresas de servicios como inmobiliarias y de inversión.

Los vinos, las frutas y verduras, los fiambres y en general, todos los productos alimenticios procedentes de España son considerados de alta calidad por lo noruegos, aunque, normalmente, por debajo de los franceses e italianos aunque esto no parece aplicarse al aceite de oliva. Hay que señalar que el noruego es muy nacionalista y si existe fabricación local del producto considerado normalmente lo prefieren al de importación. También dan preferencia a los productos provenientes de sus socios tradicionales que son los países nórdicos, pero esta consideración no es importante con relación al mercado de aceite de oliva , al no ser ninguno de ellos país productor. Si embargo, hay una influencia directa de los cambios de tendencia y de usos alimenticios entre ellos. Así puede ocurrir que productos que son novedosos en Suecia inmediatamente son asimilados por el mercado Noruego y viceversa. Además, los noruegos viajan mucho a España e incluso muchos tienen una segunda residencia allí y por lo que tienen un amplio conocimiento de los productos alimenticios españoles, algunos de los cuales, entre los que se encuentra el aceite de oliva son muy apreciados durante su estancia allí, lo que puede ser una ventaja comparativa a la hora de introducir un producto nuevo en su mercado.

La idea que existe de España en Noruega es de un país exportador de vino, frutas y verduras. En cuanto al vino, España es el primer exportador de vino espumoso a Noruega en volumen, aunque en valor el primer puesto es para Francia, debido al mayor precio de los productos franceses al gozar de una imagen de mayor calidad. Respecto a las frutas y verduras, España es el mayor exportador a Noruega y posiblemente sea líder en cuanto a imagen en el mercado.

Hay que comentar que los productos importados, a causa de los aranceles que se les imponen, saldrán al mercado con precios más elevados que los locales , aunque esto no es aplicable al aceite de oliva para consumo humano que carece de aranceles al no existir producción local. Sin embargo, al gozar de un alto poder adquisitivo, el precio, aunque importante, no es el único factor determinante, ya que el noruego concede gran importancia a la calidad del producto, aunque como ya se ha mencionado en las conclusiones a igualdad de calidad el precio es una variable muy sensible. Afortunadamente la imagen de calidad de España para productos alimenticios es buena y al consumidor noruego no le importa gastarse más dinero si cree que le merece la pena.

VI. DISTRIBUCIÓN

La población en Noruega está extremadamente dispersa con una densidad media de 13 habitantes por km^2. Las cuatro ciudades más importantes totalizan tan sólo el 28% de la población del país. Este hecho junto al elevado costo de la mano de obra, la orografía del país, el clima, y las pequeñas cantidades transportadas, hacen que los costos de distribución en Noruega sean elevadísimos.

La distribución agroalimentaria en Noruega se caracteriza por la atomización de los puntos de venta, unos 9.000 en un país de unos 4.5 millones de habitantes, y una gran concentración en el sector mayorista / distribuidor.

Una de las características mas significativas es que los distribuidores/importadores son muy pocos y reciben solicitudes de numerosos fabricantes de muchos países, por lo que son reacios a entablar negaciones si no están convencidos de la cabida del producto en el mercado.

El mercado de la alimentación está dominado por las cadenas de supermercados, con casi un 75% de los establecimientos y un 90% de las ventas.

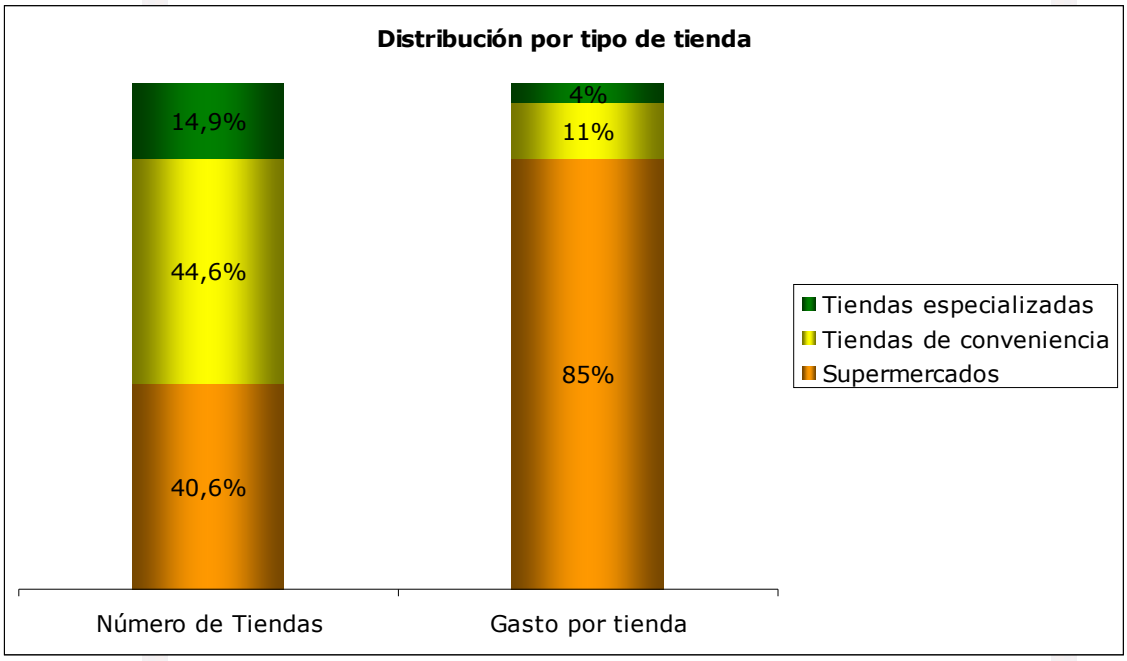
Hay cuatro grandes grupos que se reparten el mercado de la distribución a través de sus cadenas:

GRUPO DISTRIBUIDOR	CUOTA DE MERCADO	ESTABLECIMIENTOS
Norges Gruppen AS	34,2%	2.753
Coop Norge	20,3%	873
Reitan Handel	17,2%	974
Ica Norge	15,7%	818

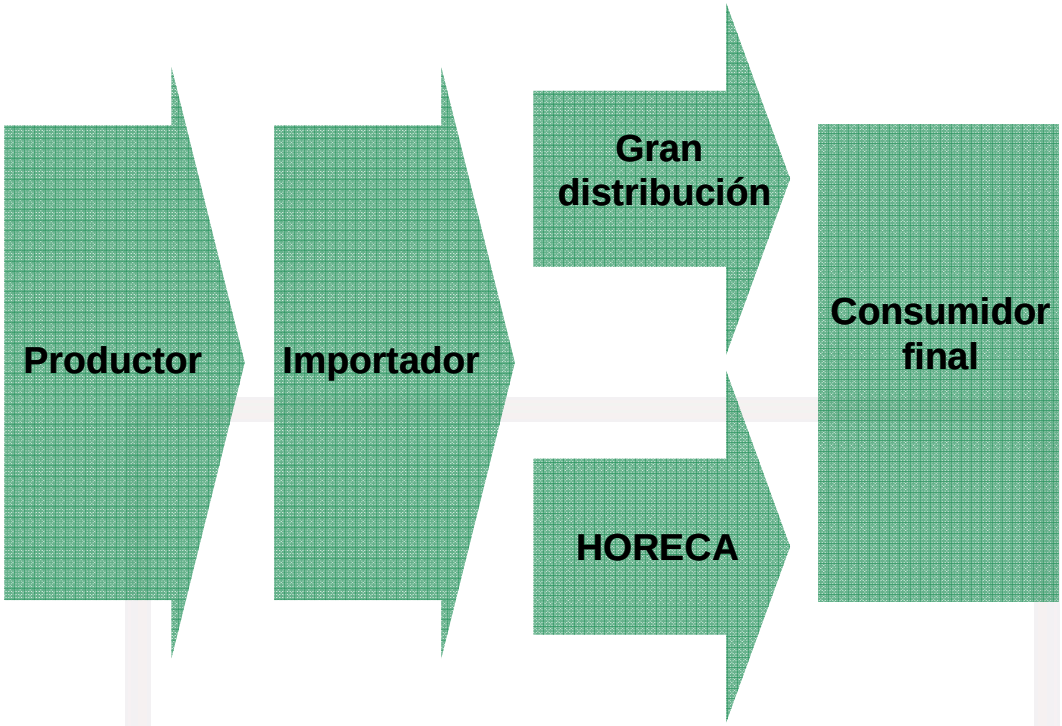
Cada uno de los grupos de distribución posee diferentes cadenas de supermercados y tiendas de conveniencia:

MAYORISTAS / DISTRIBUIDORES	CADENAS DE DISTRIBUCIÓN
Norges Gruppen AS	Spar, Meny, Kiwi, Joker, Nærmat, Nærbutikkene Norge
Ica Norge	Rimi, Ica Supermarked, Maxi, Ica Supermat.
Coop Norge	Coop Mega, Coop OBS, Coop Prix, Coop Marked.
Reitan Handel	Rema 1000, Narvessen, 7-Eleven

La distribución está muy concentrada, como se puede ver en el siguiente gráfico.



El esquema de acceso al mercado sería:



Como se puede observar para introducir un producto alimenticio es necesario contar con un importador noruego. Esto es así ya que para importar alimentos a Noruega hace falta estar registrado (y haber obtenido la aprobación de las autoridades) como importador de alimentos.

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Impuestos a tener en cuenta para introducir aceite de oliva en el mercado noruego según informaciones del departamento de aduanas noruego:

Aranceles:

CÓDIGO ARANCELARIO	Nok / Kg
1509.10.10	4,88
1509.10.90	-
1509.90.10	4,88
1509.90.90	-

IVA:

El IVA soportado difiere en función de que sea para consumo humano o para otros usos.

1509.10.10	25%
1509.10.90	14%
1509.90.10	25%
1509.90.90	14%

Etiquetado y envasado:

En lo relativo al etiquetado, debe figurar la marca registrada, nombre y dirección del fabricante, la lista de ingredientes, el contenido neto, el lote y fecha de caducidad.

Es importante destacar que el idioma empleado debe ser el noruego o en su defecto, otra lengua escandinava (según la regulación nº 1385 del 21 de Diciembre de 1993 sobre etiquetado de alimentos. Más información en la página de Internet: www.lovdata.no) Para más información sobre el etiquetado: www.mattilsynet.no

VIII. ANEXOS

1. EMPRESAS

Oluf Lorentzen A/S

Sr. Petter Tandberg
Postbox 24 Lindeberg Gard
1997 Oslo
Tel: 23 14 25 00
Fax: 23 14 25 10
Mail: petter@oluf.no

Representa al Grupo SOS/Carbonell, en Noruega con la marca Figaro. De Italia: Coricelli

Haugen Gruppen

Att: Stig Karlsen
Postbox 14
1541 Vestby
Tel: 64 98 60 00
Fax: 64 98 60 01
Mail: stig.e.karlsen@haugen-gruppen.no

Representante de Ybarra

BM Food

Att: Nygaard
Postbox 102
1344 Haslum
Tel: 67 81 88 40
Fax: 67 53 36 36

Representante de Borges gourmet

Mail: nygaard@bm-food-no

J.T.S. Grossist A/S

Sr. Jan Tore Storsveen
Postbox 9
1550 Hølen
Tel: 64 95 76 69 – 90663130
Fax: 64 98 25 67
Mail: jtsas@senswave.com

Representa Hijo Blanca,
Castilla de Castillana
Azeites Azur
Italia: Galantino

Bjarne Johnsen Import A/S

Att: Bodil Richardsen
Postbox 13
5061 Bergen Kokstad
Tel: 55 98 32 00
Fax: 55 98 32 01
Mail: bodilr@bjarne-johnsen.no

Representante: Borges industrial

Gastronaut AS

Att : Dag Ødegård
Bygdøy Alle 56
0265 Oslo
Tel: 22 44 60 90
Fax: 22 28 58 68
Mail: post@gastronaut.no

Representante : Unio, Dauro
Aubo Casa

Harlem Food A/S

Att: Bjørn Tore
Skøyenveien 18B
0309 Oslo
Tel :22 50 01 20
Fax :22 50 61 49
Mail: sales@harlem-food.no

Representa: Pons, Adriaoli

Olivenlunden AS

Dronning Astridsgt. 7
0355 Oslo
Tel: 22 60 31 33
Fax: 22 56 57 53
Mail: butikk@olivenlunden.no

Representa la compañía francesa Olivier & Cio. Pero también importa aceite de oliva español

Per Dagar Trading

Tåsenveien 31 2
0680 Oslo
Tel: 22 58 00 58/90 78 77 40
Fax: 22 58 00 59
E-mail: per.dagar@oslo.online.no

Representa: Luque

Puricon Norge

Hans Christian Hazle
Kanonhallveien 48G
0585 Oslo
Mail: mail@puricon.no

Representa: Puricon

Smart Club

Att: John Odden
Smalvollveien 65
0667 Oslo
Tel: 41 04 01 82

Fax: 22 90 88 99
Mail : john.odden@smartclub.no

Representa Luque a través de Dagar Italia: Zeta
La mayoría de sus compras en España va a través de su agente ATI, pero también se pueden

dirigir directamente a la oficina de Oslo.

Gastro Import Norge AS (C & E)
Sr. Jørgen Kongsøre
Postbox 600 Skøyen, 0214 Oslo

Representan a 15 aceites de Francia,Italia,Grecia y España: Romanico de Agroles, Sabor d'Abans,Ballester,

Tel: 90 79 44 79
Fax: 22 55 02 96
Mail: jorgen@gastroimport.no

La Manzarena, Dominus
Italia: Roi (80% de su venta)
Las Importaciones a través de una compañía en Dinamarca.

Carl Evensen Eftf. A/S

Att: Liv Wold
Postbox 119 Alnabru
0614 Oslo
Tel: 23 21 05 00
Fax: 23 21 05 10
Mail: liv@carlevensen.no

Proveedor destinado al sector horeca.
No representa aceite de oliva española
está contento con las ventas de aceite italiano
Italia: Basso, Cavana.

Bakken Vin & Gourmet

Att: Bakken
Bjørnerabben 19
0377 Oslo
Tel : 22 52 36 68
Fax : 22 52 39 20
Mail : bvg@combitel.no

Vende a tiendas delicatesssen
No tiene aceite de España
Representa Italia: Naturvie

Jensen & Co. A/S

Sr. Tom Tarheim

Postbox 73
14831 Skytta
Tel: 67 06 67 00
Fax: 67 06 67 01
Mail: tom.tarheim@jensenco.no

Representan el aceite de colza mas

vendido en Noruega, ODELIA de
Norsk Matraps.
Opina que este aceite de momento
esta competiendo con aceite de
oliva.

Coop Norge

Rolf Erik Lømo
Postbox 21 Haugenstua

0915 Oslo

Tel: 22 89 95 95

Fax: 22 89 93.68

Rolf-erik.lomo@coop.no

Unil AS

(pertenece a Norgesgruppen)

Postbox 72

0101 Oslo

Tel: 24 11 35 55

Mail: kundeservice@unil.no

Gourmet Import

Sr. Stein Iversen

Tel: 95 78 48 25

Fax: 66 75 94 43

Mail: steinive@online.no

No importa de España

De momento satisfecho con el aceite de Italia: Filipo Berio.

Hans Claussen A/S

Att: Jonas Clausen

Gml.Drammensvei 48

1369 Stabekk

Tel: 67 11 94 00

Fax : 67 11 94 10

Mail : jc@hans-claussen.no

Handberg Engros A/S

Ola Handberg

Postbox 249

1379 Nesbru

Tel: 66 77 62 60

Fax: 66 98 23 23

e-mail : post@handberg.no

Representa aceites de Italia Olivastro, Segreto Meditarraneo.

Represento antes la marca española Anfora.

2. FERIAS

Las ferias de productos alimenticios tienen un marcado carácter local en Noruega, es raro que acudan empresas extranjeras, excepto en el caso de los países nórdicos. Normalmente son ferias muy generales, poco sectoriales. Además, son los importadores, distribuidores o incluso los minoristas los que muestran (y venden) el producto al público general que acude a las ferias. También es muy común que en el mismo "Stand" haya productos de diversos países, cosa lógica si se tiene en cuenta que son los importadores los que exponen y en general no hay muchos en exclusiva, al no ser muy numerosos.

La feria para mostrar aceite de oliva sería:

NEF DAGENE

En esta feria se celebran cuatro ferias paralelas dedicadas a:

- Storhusholding: Hostelería, restauración y catering.
- Storkjøkken: Específica de equipamiento de cocinas.
- Vin og Brennevin: Vino y licores
- Nor-Shop: Genérico de alimentos.

Se celebra cada tres años en la feria de muestras de Oslo, Norges Varemesse. La próxima edición se celebrará del 2 al 9 de 2009.

www.messe.no/nef

3. PUBLICACIONES DEL SECTOR

HANDELSBLADET-FK

Publicación sobre el comercio en Noruega.

www. Handelsbladet.no

FRITT KJØPMANSKAP

Postboks 2482 Solli

0202 Oslo

Telf: +47 22 41 00 14

Fax: +47 22 33 32 23

MATLYST

Postboks 1169 Sentrum

0102 Oslo

Telf: +47 21 30 10 00

Fax: +47 21 30 12 16

DAGLIVAREHANDELEN

www. Daglivarehandelen.no

VÅRT BLAD

Postboks 1173 Sentrum

0107 Oslo

Telf: +47 22 89 95 00

Fax: +47 22 41 14 72

GLAD I MAT

www.glaimat.no

Postboks 6500 Rodeløkka

0501 Oslo

Telf: +47 23 05 52 34

Fax: +47 22 15 90 50

4. ASOCIACIONES

DAGLIGVARELEVERANDØRENES FORENING

Asociación de los distribuidores del sector alimentario noruego.

www.DLF.no

NÆRINGSMIDDELINDUSTRIENS LANDFORENING

Asociación de productores del sector alimentario noruego.

Essendropsgt. 6

0368 Oslo

Tel: 23 08 87 00

Fax: 23 08 87 24

5. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

Institución	Dirección de Internet
Instituto Noruego de Estadísticas	www.ssb.no
Información país de la CIA	www.odci.gov/cia/publications/factbook

Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE)	www.oecd.org
Portal del Instituto Español de Comercio Exterior	www.ICEX.es
Portal Oficial de Comercio de Noruega	www.nortrade.com
Instituto para la Investigación del Sector Agrícola y Ganadero noruego en la Economía. (Norwegian Agricultural Economics Research Institute)	www.nilf.no
Autoridad para el Control de los Alimentos	www.snt.no
Federación de la Industria Cárnica noruega	www.kiff.no
Asociación de los transformadores cárnicos noruegos.	www.kjøttbransjen.no
Asociación de los productores cárnicos noruegos.	www.gilde.no
Portal de los Aranceles Noruegos y otros Impuestos Especiales.	www.toll.no
Organismo Estatal encargado de administrar las cuotas a la importación.	www.slf.dep.no
Página del departamento de agricultura noruego, subastas electrónicas.	http://auksjon2.slf.dep.no/