

Azeite do Alentejo quer seduzir mercados da Escandinávia

29 de Abril, 2019

Os dinamarqueses chamam-lhe *olivenolie*, os suecos *olivolja* e, cada vez mais, o azeite faz parte do cabaz alimentar dos consumidores escandinavos. Para dar a conhecer as qualidades do azeite e os benefícios do seu consumo, o CEPAAL – Centro de Estudos e Promoção do Azeite do Alentejo, que representa 28 produtores de azeite desta região portuguesa, prepara-se para viajar rumo à Dinamarca e à Suécia.

Esta vasta ação de promoção compreende, em cada um dos países, provas técnicas e um jantar de harmonização com distribuidores, retalhistas, jornalistas e *chefs*, assim como degustações com consumidores locais, em lojas *delicatessen* de Copenhaga e Estocolmo – nos dias 30 de abril e 2 de maio, respetivamente.

Verde ou maduro? Muito ou pouco picante? Estas vão ser algumas das questões colocadas a dinamarqueses e suecos, consumidores exigentes, com elevado poder de compra e cada vez mais disponíveis para experimentarem os sabores e produtos da dieta mediterrânica. A título de exemplo, em 2016, o consumo de azeite na Suécia atingiu 1 kg *per capita*, cinco vezes mais do que dez anos antes – embora este possa parecer um valor modesto para os consumidores portugueses, cujo consumo *per capita* de azeite ronda 7 kg.

“Com uma gastronomia que utiliza laticínios como base, os consumidores nórdicos só agora estão a descobrir os benefícios do consumo do azeite. Cada vez mais, estão a importar os hábitos alimentares da Europa do Sul, pelo que este é o momento certo para lhes dar a conhecer o melhor azeite do Alentejo, região responsável por cerca de 80% da produção nacional. Acreditamos que, no futuro próximo, a Dinamarca e a Suécia serão mercados muito importantes para o Azeite do Alentejo”, salienta Mariana Teles Branco, responsável de marketing e qualidade do CEPAAL.