

## A por la marca 'Aceite de España'



Visitantes hacen cola ante el stand de la Interprofesional. :: FRANCIS J. CANO

### El sector 'tirá la casa por la ventana' para que el virgen extra español se conozca y consuma en todo el mundo

JORGE PASTOR

✉ jpastor@ideal.es



#### El sector y la administración mejorarán presupuestos para promoción

**JAÉN.** Hagamos un pequeño experimento. Le piden que asocie un alimento a un país. El café, por ejemplo. Me juego lo que quieran a que la mayoría habrá dicho Colombia. Es más. A muchos les habrá venido a la mente un señor con bigote, tocado con sombrero blanco de ala ancha llamado Juan Valdés. Sí, el bueno de Juan, bregando entre cafetales a lomos de su borriquito. Ahora yo les digo aceite de oliva. También serán multitud los que a firmarán sin ambages: España. Pero ¿qué habrían pensado en Estados Unidos, Alemania o Nueva Zelanda? La cosa ya no está tan clara. Habrá quien haya vinculado el término con España, pero otros muchísimos se habrán transportado hasta Italia. Aquí es donde 'chirría' -valga la expresión- el asunto. Mientras que uno de cada dos litros de 'oro verde' que se ingieren en el mundo han sido generados por los 264 millones de olivos plantados en la piel de toro, todavía sigue habiendo una creencia generalizada, en los territorios de ultramar y mucho más cerca, de que ese zumo de las aceitunas al que se le atribuyen cualidades casi mágicas viene de 'la bota', de Italia, que produce más o menos igual que Jaén, entre 500.000 y 600.000 toneladas.

Bueno, pues más allá de los procesos de concentración de la oferta, la apuesta por la calidad y todos esos temas de los que se habla con profusión en Expoliva, ésta será una de las prioridades para los próximos tres años, que España se convierta en referencia. Al igual que está sucediendo en otras industrias, ya nadie duda de que el negocio está fuera. Y ancha es Castilla. Hace falta promover la marca 'Aceite de España' y, para variar, esto sólo se consigue con pasta gansa. Nada de propinillas.

Y parece ser que, sin que sirva de precedente, existe una voluntad expresa de todas las partes de que hay que dar un paso hacia delante y rascarse el bolsillo generosamente. Dos grandes fuentes de financiación, la privada y la pública. Y ambas se manifestaron este viernes en la feria Expoliva. Empecemos por la parte privada. Más allá de las acciones que puedan emprender las empresas a título particular -tradicionalmente el Grupo SOS y ahora Hojiblanca acudiendo a caras conocidas como Antonio Banderas o David Bisbal-, la promoción que pueda hacer el sector se articula a través de la Interprofesional del Aceite de Oliva. Entre 2008 y 2011 este ente se ha gastado 35 millones de euros en el desarrollo de campañas en mercados prioritarios como la propia España, Estados Unidos, Reino Unido, Francia, India, Rusia, Ucrania, República Checa, Australia, México, China, Polonia, Holanda, Bélgica y Guatemala.

#### Hace falta más

Pero, tal y como se ha comentado anteriormente, hace falta mucho más. El presupuesto de la Interprofesional se alimenta de las aportaciones que realizan fundamentalmente productores, industriales y envasadores, que apoquinan seis euros por tonelada, y de fondos liberados por los organismos oficiales, la parte del león. Ahora la pro-

### El olivar español pierde 1.800 millones de euros

El secretario general de UPA-Andalucía, Agustín Rodríguez, advirtió ayer en Expoliva que el sector olivarero español ha perdido 1.800 millones de euros en las tres últimas campañas como consecuencia de los bajos precios del aceite de oliva. De esos

1.800 millones, aproximadamente la mitad corresponden a la provincia de Jaén.

Para propiciar una apreciación del producto UPA propone que se actúe en tres líneas muy concretas: primero, insistir en los procesos de concentración de la oferta que permitan hablar de tú a tú a la gran distribución; segundo, seguir apostando por la actividad exportadora y la penetración en nuevos mercados; y tercero, el desarrollo de reformas legislativas.

puesta que hay encima de la mesa es multiplicar por dos o por tres esos seis euros por tonelada, lo que en número redondos significaría entre 12 y 18 millones de euros, frente a los seis millones actuales. Así lo señaló ayer el presidente de la Interprofesional, Pedro Barato, quien indicó que los planteamientos de unos y otros ya están plasmados blanco sobre negro y ya sólo hace falta debatir. «Se quieren hacer más cosas y se necesita dinero, pero la situación es complicada y tenemos que estudiar la manera de llegar a un equilibrio», dijo. La incógnita se despejará en breve. Ahora está por ver cuál será el grado de implicación de las administraciones. También buena predisposición. Al menos eso se desprende de las palabras del secretario de Estado de Cooperación Territorial, Gaspar Zarrías, quien afirmó en Expoliva que ni la Junta ni el Ministerio serán cicateros. «La rentabilidad es máxima, ya que el retorno se multiplica por cuatro», indicó Zarrías, quien insistió en la importancia de la exportación, que reporta unos ingresos de 2.000 millones, y en el valor añadido que también supone el embotellado.

Mientras tanto, la Interprofesional sigue en la brecha. Lo último, un acuerdo con la productora de la popular serie infantil Lazy Town, en el que también ha intervenido la Fundación Dieta Mediterránea, para que 'Sportacus', 'Stephanie' y 'Robbie Rotten', los protagonistas, tomen de vez en cuando un poquito de virgen extra español. «Tenemos que invertir en el futuro para que los niños se conviertan en embajadores del aceite», aseguró Pedro Barato. El director creativo de Lazy Town, Magnus Arnason, señaló que el objetivo principal es «inculcar entre los chicos hábitos de vida saludable». Además de esta iniciativa, la Interprofesional pondrá en marcha otro programa en el Sur de Francia. Un vehículo recorrerá las principales ciudades con el lema 'Todo mejora con los aceite de oliva'. Incluso tú'. Se ubicará en centros comerciales de Agen, Nîmes, Marsella y Toulouse, donde los consumidores podrán conocer las bondades del ingrediente fundamental de la Dieta Mediterránea.



Javier Arenas recorrió ayer Expoliva y habló con los profesionales del sector. :: CELIA MONDEJAR

## **LAS GRANDES CIFRAS DEL OLIVAR ESPAÑOL**

**500.000** olivicultores

**2.359.480** hectáreas de olivar

**264** millones de olivos

**32** millones de jornales al año

**1.736** almazaras

**1,2** millones de toneladas de aceite de oliva

**1.518** instalaciones de envasadores y operadores

**Representa el 3 por ciento del Producto Interior Bruto de España**