

El sector agrario al completo se reúne para promocionar el **aceite de oliva cordobés**

E. López Fernández

El I Foro Cordobés del Aceite de Oliva celebrado en Lucena y Priego de Córdoba, respectivamente, el pasado mes de diciembre y organizado por el Grupo de Desarrollo Rural de la Subbética, contó con la participación de agricultores, productores, cooperativas, envasadores, etc... cada uno con sus propios intereses pero con un objetivo común: fortalecer y promocionar el aceite de oliva cordobés.

La calidad del aceite de oliva cordobés está fuera de toda duda, numerosos han sido los premios a la calidad recibidos por los aceites producidos en la zona, tanto nacionales como internacionales. Dos son las Denominaciones de Origen (D.O.) Baena y Priego de Córdoba, y otra en tramitación, Lucena que "si no hay visicitudes en el expediente" verá la luz durante el primer semestre del 2005. Una buena razón para celebrar el I Foro del Aceite Cordobés, que contó con representantes de todas las ramas del sector agrario incluidos el Consejero de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Isaías Pérez Saldaña, encargado de la inauguración del acto y el ministro de Exteriores, Miguel Ángel Moratinos.

Pérez Saldaña aprovechó su presencia en Córdoba, para destacar la importancia del sector olivarero en Andalucía y en Córdoba en particular, "no nos olvidemos que Andalucía concentra el 80 % de la producción de aceite de oliva nacional". El consejero también hizo refe-



rencia al futuro del sector con la aplicación de la nueva OCM para el periodo 2006-2013.

Del Foro se desprendieron datos como que el olivar cordobés ocupa más de 365.000 hectáreas, lo que supone un 25% de la superficie andaluza dedicada a este cultivo y un 15% del olivar español. Más de 400 empresas están rela-

cionados son Italia, Francia, Portugal, Reino Unido, Estados Unidos, Méjico y Japón.

El foro estuvo estructurado en tres bloques: la situación actual del mercado del aceite y las perspectivas de futuro; la nueva OCM del olivar y las repercusiones para el sector en Córdoba; y el valor nutritivo del aceite de oliva.

El olivar cordobés ocupa más de 365.000 ha, lo que supone un 25% de la superficie andaluza y un 15% del olivar español

cionadas con el sector oleícola, existen 183 almazaras autorizadas (más del 20% del total andaluz). Por otra parte, la exportación de aceite de oliva generó 122 millones de euros en 2003, lo que supuso el 30% de las explotaciones cordobesas. Los principales países consu-

Así, dentro del primer bloque participaron Antonio Coricelli, de Pietro Coricelli S.P.A., Claude Champdoyseau, director gerente de Associated Oil Packers Europe Product Line, y Joan Puig Coll, director general del área industrial y aprovisionamiento de Borges. Los tres desta-

caron el potencial de crecimiento del mercado exterior creando una cultura del aceite de oliva frente al consumo de otras grasas de origen vegetal, ya que actualmente el consumo en los países del norte es de un habitante/año frente a los 12 en los países mediterráneos; la importancia de mejorar la calidad y concentrar la oferta, frente a la situación actual en la que se está atomizando el sector con la creación de tantas D.O. no permitiendo el reconocimiento del producto; buscar la diferenciación, creando una nueva clasificación (super-virgen extra, virgen extra, etc ...), aceites monovarietales, ecológico, afrutado, etc...

A continuación Ciriaco Vázquez, Subdirector General de Materias Grasas y Cultivos Industriales del Ministerio de Agricultura, expuso la propuesta del Ministerio respecto a la aplicación de la nueva OCM del aceite de oliva y aceituna de mesa (CE 865/2004, del 29 de abril de 2004). Dicha propuesta consiste en el reparto de 95% en forma de ayudas disociadas, según la media de las cuatro últimas campañas (desde 99-00 al 02-03) y un 5% como ayuda asociada a la producción hasta completar los 1.034 millones de euros asignados a España.

Rafael Sánchez de Puerta, director de la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas Agrarias (FAECA), analizó las repercusiones que tendrá la nueva OCM en Andalucía y criticó que las ayudas se repartieran como media de las cuatro últimas campañas, en vez de respecto a la media de las tres últimas campañas como en el resto de productos. Asimismo, criticó la imposibilidad de modernizar las antiguas plantaciones hacia olivares más jóvenes, con nuevos marcos de plantación más adecuados.

Por último, la modulación "extra" que sufren las ayudas acopladas tampoco resultó del agrado de las cooperativas,
-las explotaciones con más



de 30.000 euros de ayuda desacoplada quedan sin derecho a ayudas acopladas -ya que perjudica a los productores que viven exclusivamente del olivar, y que a pesar de ser solo un tres por ciento representa un 37% de la producción.

Carlos Sánchez Lain, director de la Agencia del Aceite de Oliva, habló sobre los mecanismos de control de las ayudas en el sector. Tras la entrada en vigor de la reforma, las competencias de la agencia se verán reducidas, consistiendo únicamente en asegurarse de la producción histórica de las explotaciones. Para extender dichas competencias, su futuro se centra en subir en la escala de producción, para aumentar así la transparencia dentro del sector, según Sánchez Lain.

Ya en la ciudad de Priego de Córdoba, cuna de una de las D.O. más premiadas por la calidad de sus aceites, tuvo lugar la sesión sobre aceite y salud, en la que los doctores José Antonio López Miranda, Joaquín Ruiz de Castroviejo y Francisco Pérez Jiménez, expusieron los beneficios cardiovasculares de la dieta mediterránea, que tiene al aceite de oliva como pilar básico; las iniciativas existentes para educar a los consumidores más jóvenes en consumo de una "dieta cardiovascular saludable"; y los resultados de las últimas investigaciones sobre el aceite de oliva.

Pérez Jiménez fue el más crítico al demandar de la empresa privada mayor participación en la investigación ya que de los resultados de dichos estudios se beneficiaría todo el sector. En su opinión, es el momento idóneo para incrementar el consumo en países no mediterráneos dado que la Agencia Americana FDA ha declarado que dos cucharadas de aceite de oliva (23 gr.) reducen el riesgo cardiovascular por acción de los ácidos grasos monoinsaturados.

Además se celebró una mesa redonda con la participación de Ana Cristina Gómez Soto, representante de la Federación Andaluza de Consumidores y Amas de Casa Al-Andalus, donde los consumidores dieron su punto de vista, haciendo hincapié en la diferencia de precios entre el aceite de oliva y otras grasas,

o el incremento de precio que supone la presentación en envases de cristal, y que para el consumidor no resulta tan importante.

Durante el transcurso del Foro, fue entregado el Premio Embajador del Aceite al ministro de Asuntos Exteriores Miguel Ángel Moratinos, quien se comprometió a promocionar las virtudes del aceite cordobés entre ministros y delegaciones diplomáticas internacionales.

