



## Desciende el consumo interno de aceite de oliva

Las jornadas de Asaja-Sevilla muestran un sector dinámico que va dejando atrás los tópicos

**A. E. Y.**

El descenso del consumo interno de aceite de oliva es una de las preocupaciones del sector, según se puso de manifiesto en las la XXV Jornada del Olivar que Asaja-Sevilla celebró la pasada semana en el municipio sevillano de Estepa. Una mesa redonda moderada por el secretario general de Asaja-Sevilla, Eduardo Martín, radiografió al sector a través de las opiniones de la subdirectora general de Cultivos Herbáceos e Industriales y Aceite de Oliva del Ministerio de Agricultura, Silvia Capdevilla; el jefe del Departamento Alimentario de Extenda, Pablo Lería; el director gerente de Oleoestepa, Álvaro Olavarría; el asesor técnico del Ifapa Alameda del Obispo de Córdoba, Victorino Vega y el director comercial de Todolivo, Manuel Cera.

El análisis muestra a un sector dinámico que va dejando atrás muchos de los tópicos que arrastraba. Todos los intervinientes coincidieron en que el aceite español ha apostado por la calidad. Silvia Capdevilla y Pablo Lería destacaron que el virgen extra es la categoría con la que España se presenta fuera de nuestras fronteras, lo que ha llevado a que siete de los 10 mejores aceites del mundo sean hoy españoles.

Pablo Lería combatió también otro tópico: la venta de aceite español a granel a Italia que, si bien sigue siendo im-

portante, pues tres de cada diez kilos de aceite que se comercializan viajan en cisterna hasta el país transalpino, se ha reducido en 10 puntos en los últimos diez años. En 2007 representaban el 40% de todas las ventas y en 2016 suponen sólo el 30%.

Frente a la fortaleza de la exportación, impulsada por el crecimiento de los nuevos mercados que consumen ya el 28% de todo el aceite que se comercializa, se constató que causa preocupación el descenso del consumo interno, así como la banalización del aceite de oliva por parte de la distribución que, como denunció Álvaro Olavarría, persevera en su estrategia de la "venta a pérdidas".

Los expertos destacaron el incremento de la calidad, la apuesta por la innovación y la mecanización, la competitividad, la sostenibilidad y el carácter emprendedor del sector.

El aceitero es un sector agrónomicamente heterogéneo, en el que conviven explotaciones no profesionales, que constituyen un complemento de renta para sus titulares, pues el 50% tiene menos de dos hectáreas, con otras mejor dimensionadas y en muchos casos reconvertidas.

En las jornadas, los expertos destacaron seis retos ineludibles para el olivar: recuperar el consumo interno, profundizar en la internacionalización de empresas y marcas, mantener el ritmo de modernización y la apuesta por la calidad y la innovación, lograr la mecanización integral del cultivo, consolidar el cambio de concepto de aceite *commodity* a aceite *premium* y lograr que todos los países productores reconozcan las normas del COI para que todos juguemos con las mismas reglas.

La jornada se completó con dos conferencias sobre la lucha contra la *xylella fastidiosa*.