

Massimo Gargano, Presidente de la Unión Nacional de las Asociaciones de Producción de Aceitunas de Italia (UNAPROL)- Consorzio Olivicolo italiano

“Hemos elegido con gran determinación indicar el origen obligatorio para el aceite de oliva virgen extra italiano”

AUTORA: Nieves Ortega

TRADUCCIÓN: Mario G^a. Carazo



Oleo.- ¿Cómo valora la situación actual del sector productor del aceite de oliva italiano, tras la reforma de la OCM y la nueva Política Agraria Comunitaria?

Massimo Gargano.- Se trata de un sector con una evolución clara hacia la calidad a través de la aplicación de un principio fundamental que debe tener una dimensión planetaria: el etiquetado obligatorio del origen del producto.

Estamos concluyendo el rodaje del primer trienio. En este sentido, los efectos de la entrada en vigor de la nueva reforma de la OCM serán visibles al final de este primer ciclo, para después ser perfeccionado en el segundo trienio previsto por la Reforma. En pocas palabras, el nuestro es un sistema que beneficia a la olivicultura de los distintos territorios y la exaltación de las diferencias organolépticas.

Sabemos, además, que los consumos mundiales están creciendo y que, cada vez, más consumidores se están acercando a este extraordinario producto. Este es el nuevo desafío, no sólo de la olivicultura italiana:



Alimentos de Extremadura

“Hermoso como el cordero lechal es el aceite de oliva virgen, chorreando vida al lado de quesos y tortas, de pasta blanda, bañándose en vinos de cosecha extremeña, aflorando el sentimiento vivo de los cerezos en flor. A la vera, el pimentón tiñe de color y sustancia los guisos elaborados a la soledad del aire, mientras tiritan las hojas caídas en el agua inmensa”

Alimentos de Extremadura.
Gastronomía con marca



localizar al consumidor mundial y desarrollar en torno a él una acción de educación en lo referido al consumo de este producto.

Oleo.- ¿Cómo ha evolucionado el sector productor de aceite de oliva en Italia, tanto a nivel cooperativo como industrial?

M.G.- Existe un trabajo en continuo progreso. Gracias a la posibilidad de operar en un mercado más globalizado, donde imperan sistemas de cooperación, hemos encontrado, en la industrialización de los servicios, un camino que demuestra mayor respeto al pasado.

Hoy, nuestra cooperación, no sólo en este segmento de la producción, debe empeñarse en prestar mejores servicios a precios más competitivos. Basta pensar en los sistemas de trazabilidad y estudio de los flujos de mercado. Se trata de actividades virtuosas que están modificando profundamente el modo de concebir la estructura de la concentración del producto; que no persigue sólo el objetivo de reducir los costes sino también compartir un proyecto de identidad territorial.

Oleo.- ¿Cómo ha asumido el sector productor del aceite de oliva italiano la irrupción del Grupo SOS en la comercialización?

M.G.- La relación entre Italia y España en el sector oleícola es antigua, y la última prueba de ello la encontramos en la llegada del Grupo SOS a la escena del mercado italiano.

En un mercado único europeo abierto al área de libre intercambio entre los países del Mediterráneo (2010), especular una “guerra púnica” por el hecho de oponerse a la adquisición de la empresa y de la histórica marca Carapelli,

Prestigiosas marcas que han contribuido a hacer la historia del “made in Italy” en el mundo

sería anacrónico. No somos, sin embargo, reacios a pedir a SOS Cuetara una prueba de valor a la hora de declarar correctamente en la etiqueta el origen del producto comercializado, sobretudo ahora que existe la obligación de indicarla. Si el “made in Italy” es un elemento intangible, el producto, por el contrario, es tangible. Vale la pena destacar en este sentido que no existe un sólo mercado, sino que son, al menos tres. El mercado negro, que es el mercado de los productos falsos; el mercado de la globalización producida y efectuada por la “mcdonaldización”, con productos siempre iguales y del mismo sabor, como si fuesen producidos por la misma cadena de montaje o fabricación; y después, el denominado como el de la “globalización”, es decir aquel que corresponde al territorio que destaca en el mercado global por su individualidad.

Nos gustaría que SOS compartiese con nosotros un proyecto de gran moralización en el mercado para apostar

por la transparencia que hoy está en la sombra.

Oleo.- ¿Qué nuevos retos tiene el sector productor de aceite de cara al futuro?

M.G.- Concentración de la oferta, mejora de la calidad, incremento de la producción y de la promoción del consumo con respecto a los nuevos países consumidores. A esto habría que añadir los factores ambientales, el desarrollo de los sistemas ecocompatibles y la correcta utilización de las fuentes energéticas. Son temas, todos ellos, que representan las nuevas fronteras de la olivicultura mundial.

En un mercado globalizado que no ayuda al consumidor a reconocer la calidad, el tema del origen obligatorio y de la transparencia con respecto a los consumidores, se erige como el primer puesto en la lista de prioridades.

Oleo.- ¿Cuáles son los mayores grupos productores de aceite de oliva, tanto a nivel cooperativo como industrial?

M.G.-La estructura de la oferta italiana es más diversa de la que representan las cooperativas españolas. Más de un millón trescientas mil empresas representan el tejido conectivo en el cual operan prestigiosas marcas que han contribuido a hacer la historia del “made in Italy” en el mundo.

En un sistema con una oferta difusa y a menudo fragmentada se contraponen un nuevo modelo

Nos gustaría que SOS compartiese con nosotros un proyecto en el mercado para apostar por la transparencia que hoy está en la sombra

El sector almazarero, da por resuelto el problema de sus vertidos

novoltec, s.a., fabricante de la plant **Deveal**, ha obtenido la confianza del sector, convirtiéndose en el referente

novoltec s.a. ha consolidado, a gran distancia del resto de empresas, su posición de liderazgo, durante la campaña oleícola 2007/08, en cuanto a número de plantas instaladas y resultados obtenidos.

El éxito, se basa en el uso de tecnologías limpias (electrocoagulación, flotación, etc.), que no utiliza reactivos químicos.

La satisfacción en los clientes avala esta posición.

Con la planta **Deveal** y, dependiendo de las necesidades de cada almazara, cumplimos los siguientes objetivos:

- 1.- Aguas de lavadoras de aceituna: Ahorro de agua, mediante la reutilización, en el proceso de lavado de aceitunas. Este ahorro es del 80-85 % del total de agua consumida.
- 2.- Alpechín:
 - Obtención de fertilizante rico en nutrientes esenciales y totalmente natural.
 - Eliminación a través del alcantarillado municipal.

Instalando una planta **Deveal** se consigue:

- Aprovechar los muchos nutrientes del alpechín para obtener un fertilizante natural, ecológico, rico en materia orgánica y potasio, respetuoso con el medio ambiente (sin aditivos químicos).
- Del total de alpechín tratado, sólo hay un rechazo (lodo) inferior al 2%, apto para la elaboración de compost, por tanto no hay residuos contaminantes después del tratamiento.
- Eliminación total de las balsas de evaporación y toda su problemática.
- El proceso se realiza en las instalaciones de la almazara, no hay acumulación o transporte del alpechín, a medida que es producido es tratado.
- La almazara pasa a ser una industria limpia, respetuosa con el medioambiente, que añade un nuevo producto a los ya obtenidos tradicionalmente:
 - Aceite de oliva virgen
 - Orujo y
 -Fertilizante

Es un nuevo enfoque para esta industria, que aporta una solución eco-sostenible a un problema endémico, obteniendo una rentabilidad añadida.

Por otra parte, el ahorro de agua, cada vez más, es una prioridad en la industria. Los resultados en este sentido son espectaculares, ahorrándose un 80-85% del agua actualmente consumida.

Son doce las almazaras, que han instalado **Deveal**:

- Ubicadas en Andalucía y Extremadura.
- Almazaras particulares y cooperativas.
- Fábricas pequeñas y otras con gran volumen de aceituna procesada.
- Con producción de fertilizante, o bien con tratamiento para vertido a alcantarillado municipal.
- Con reutilización del agua de lavadoras.
- Tratamiento de aguas de lavado de aceituna, alpechín y/o leñas de cocido de aceituna.

Hable con novoltec s.a., estaremos encantados de acompañarle a visitar nuestras plantas.

(*) La tecnología utilizada en la planta **Deveal**, resultado de años de investigación, está protegida con cinco patentes.



novoltec, s.a., líder en su sector
Eliminación total de balsas
Aprovechamiento
y/o eliminación de alpechín

novoltec, s.a

Polígono Navegran, 2 - 18210 Peligros (GRANADA)

Tfno.: 958 419 009 - Fax.: 958 419 032

Email: novoltec@novoltec.com

www.novoltec.com

En un sistema con una oferta difusa y a menudo fragmentada se contrapone un nuevo modelo organizativo de los operadores del sector

organizativo que encuentra su punto de síntesis en las nuevas organizaciones de los operadores del sector.

Las organizaciones de productores de nueva constitución están desarrollando una revolución sin precedentes en el sector incorporando al sistema todas las oportunidades ofrecidas por la legislación comunitaria para acompañar en el mercado a las empresas que tienen la capacidad de dialogar y enfrentarse a un horizonte siempre más amplio que la demanda y la oferta del producto, con el origen correctamente indicado

en la etiqueta y que proponga una calidad superior y reconocible en el mercado.

Oleo.- ¿Qué volumen de aceite, del total que se produce en Italia, es comercializado por las cooperativas y qué tanto por ciento es vendido por la almazara industrial?

M.G.- La empresa italiana cooperativa olivícola tiene una especificidad clara: la venta directa. Este canal, de gran éxito entre los consumidores, representa cerca del 30% de la producción de virgen extra

típico y de calidad. Por su parte, las almazaras más significativas tienen una última cuota de mercado de cerca del 10%. El resto de la producción corresponde a las marcas industriales (por ejemplo: Bertolli, Carapelli, Monini, Farchioni, Pantaleo, Salov ecc), así como de aquellas consideradas “private label”, representativas de las exigencias de la gran distribución.

Oleo.- ¿Qué opinión le merece la posición comunitaria sobre la identificación de los aceites obtenidos en el país?

M.G.- Contra los alimentos “fotocopia”, indistintos, sin historia, nosotros hemos elegido con gran determinación la indicación del origen obligatorio para el aceite de oliva virgen extra, así como para otros productos agrícolas. La calidad es

Unaprol: La más grade realidad del asociacionismo olivícola

Unaprol Consorcio Olivícola Italiano, fue fundado en 1966 por Coldiretti y Confagricoltura. A la Asociación se adhieren cerca de 550 mil productores olivícolas, representantes de las 71 asociaciones provinciales del territorio italiano.

Es la más consistente realidad del asociacionismo en el sector del aceite de oliva a nivel nacional y europeo, donde sus socios se empeñan en respetar las normas comunes de producción y técnicas adecuadas de elaboración y transformación de las olivas, con un respeto pleno de las severas normas higiénico-sanitarias. Todo ello se configura en torno a objetivos bien precisos: la garantía para el consumidor, la tutela del producto y la imagen de los productores.

Con estas premisas, la finalidad institucional de Unaprol se podría definir como:

- * La tutela y valoración de la producción.
- * La promoción del aceite de oliva de calidad.
- * La comercialización de las olivas y el aceite producido por sus propios socios
- * La promoción de la investigación científica

Además, su principal actividad es:

- * La individuación de técnicas productivas racionales
- * La mejora cualitativa y cuantitativa de los productores
- * La concentración de la oferta
- * La comercialización en el ámbito nacional e internacional
- * La asistencia y coordinación de la actividad de las organizaciones periféricas que se adhieran.
- * La valoración y promoción del consumo

NEW HOLLAND VX

La vendimiadora más polivalente para el viñedo y el olivar súper intensivo.



- La VX 680 está concebida para las plantaciones de alto rendimiento y gran masa foliar.
- Ofrece los resultados excepcionales de la Serie VL, combinado con la máxima versatilidad para llevar a cabo todo tipo de trabajos en las explotaciones a lo largo del año.
- Dotada con los últimos avances tecnológicos, por características y prestaciones, le garantiza una inmejorable calidad de recolección, sin que la planta sufra ningún daño.
- Incorpora una cabina que le ofrece un confort excepcional.
- Máximo rendimiento tanto en el viñedo como en el olivar súper intensivo, para optimizar la rentabilidad de su inversión.

NEW HOLLAND TOP SERVICE 00800 64 111 111

Asistencia e información 24/7

www.newholland.es

La llamada es gratuita desde teléfono fijo. Antes de llamar con su teléfono móvil, consulte tarifas con su operador.



btsaadv.com

AV-REBDA Lubrificantes



NEW HOLLAND
AGRICULTURE

Especialistas en tu éxito

un concepto absoluto, y la indicación del origen del producto en la etiqueta es un elemento de diferenciación que añade valor al ya de por sí valioso aceite de oliva virgen extra, en este caso, "made in Italy".

Se equivoca, sin embargo, quien mantenga que este procedimiento normativo es una barrera al principio de la competencia. Nadie veta a España u otros países productores por hacer cosas similares. No se trata de una medida contra nadie, ni siquiera esconde, como apuntan algunos, una voluntad autárquica, sino que se trata de un principio absoluto que, compartido por todos los países productores establecerá como prioridad el consumidor y ayudará a perfeccionar el complejo mundo de las normativas en materia de transparencia del etiquetado de los alimentos a nivel europeo.

Tanto Italia como España, unidos en la tarea de defender y sostener la candidatura de la dieta Mediterránea como patrimonio inmaterial de la Unesco, podrían colaborar para llevar a buen recaudo este largo proceso con Bruselas. De hecho, para crecer, debemos encontrar puntos que nos unan y no alimenten otros que no nos conduzcan a ninguna parte. Así, sólo perderemos la oportunidad, y terminaremos siendo todos más pobres.

Oleo.- Desde España siempre se ha tenido la idea de que los datos relativos a la producción de aceite de oliva ofrecidos por Italia no se corresponden con la capacidad real productora. ¿A qué cree que se debe estas diferencias?

M.G.- Hoy tenemos un dato inequívoco, de acuerdo a los estudios realizados, que asigna a nuestro país un patrimonio olivícola de más de 230 millones de olivos. En este

Estoy plenamente convencido de que Italia y España podrían cubrir un rol de protagonista en la promoción de aceite.

sentido, si de cada planta de olivo en Italia se recogiesen sólo, y subrayo sólo, 3 kilos de aceite de oliva, tendríamos una producción total de aceite de oliva superior a nuestra cuota histórica.

Francamente, mantengo que este tipo de polémica entre España e Italia es inútil e inoportuna. Ambos sistemas no son competitivos entre ellos, sino alternativos, hecho que no significa que deban ser contrapuestos.

En los próximos diez años, de acuerdo a las previsiones OCSE – FAO + COI se prevé un aumento de los consumos que superará los 3 millones y seiscientos mil toneladas de aceite de oliva en todo el mundo.

Las mismas previsiones dan, en cambio, la proyección de la producción a 3,4 millones de toneladas. Si los datos son realmente éstos me pregunto ¿de qué estamos hablando? Frente al aumento de los consumos se propone todavía hoy, en el 2008 a dos años de la llegada del libre intercambio con los Países del Mediterráneo, continuar perdiendo el tiempo con temas que nos alejan y no nos conducen a ninguna parte.

Lanzo una pregunta. ¿Es posible que para otros productores agrícolas en Europa, se inyecten recursos a favor de la promoción institucional del consumo de productos agrarios y para el aceite de oliva la máquina de la promoción del COI, lleve parada tantos años?

Estoy plenamente convencido de que Italia y España podrían cubrir un rol de protagonista en

esta lucha que es, al mismo tiempo, el emblema del retraso por parte de nuestros dos países y de otros compañeros europeos productores de aceite de oliva, pero también un punto importante de otros grupos de poder que por mucho tiempo han conseguido diversas ventajas, fruto de las divisiones entre nuestros dos sistemas productivos.

Oleo.- ¿Cómo se ha desarrollado la campaña actual de molturación de aceituna?

M.G.- Como usted ya sabe, nuestro sistema productivo no es de carácter intensivo como el español. Nuestra producción se resiente mucho, cada campaña alterna, del efecto la vecería. Además, cuando a la disminución fisiológica de la producción de aceite se añade, como en el año pasado, un clima tan adverso con prolongadas sequías y precipitaciones insuficientes en periodos de desarrollo de la trama, el resultado no es otro que la lógica disminución de la producción. Los datos no son todavía definitivos, pero la reducción de más del 15%, con respecto a la pasada campaña, debería desembocar en una producción, para este año 2008, no muy lejana de nuestra cuota de producción nacional.

En el ámbito de la calidad no se señalan, sin embargo, grandes problemas. Una vez que se ha reducido el problema de los ataques de las moscas, la producción de aceituna se presenta con un buen estado en lo referido a la calidad y bueno y excelente en el aceite a escala nacional.