

Valoración andaluza sobre la propuesta de Plan de acción del sector del aceite de oliva de la UE¹

Sevilla, 3 de julio de 2012

¹ En la elaboración de este documento han participado las siguientes organizaciones: Asaja A, COAG A, UPA A, FAECA, Infaoliva, Anierac y Asoliva.

0. Aspectos generales

El documento se recibe de forma positiva en esta comunidad autónoma ya que se trata de un documento esperado, pero no responde a las expectativas del sector, ya que:

- Tiene carencias a la hora de recoger medidas para que el sector pueda hacer frente a la situación que está viviendo y por tanto para garantizar su mantenimiento.
- No se incluye un presupuesto específico, ni medidas a corto plazo, para llevar a cabo actuaciones diferenciadas para el sector del olivar, sobre todo en el apartado de medidas de apoyo al sector y en el capítulo de promoción.
- Se hacen afirmaciones contundentes poco rigurosas que deben ser discutidas y refrendadas con datos objetivos. Es el caso de la afirmación de que España se encuentra en una situación de sobreproducción, en lugar de hablar de desequilibrio de mercado o de los precios frente a los costes de producción.
- Se echa de menos la inclusión de dos capítulos de vital importancia como son las herramientas de gestión de mercado y la investigación y transferencia.

En este sentido, entendemos que el texto debe trabajarse conjuntamente, a fin de que el plan recoja medidas que permitan garantizar la viabilidad de un sector tan importante para la economía y la sociedad de los países productores de Europa, que engloben tanto al olivar de aceite como al olivar de aceituna de mesa y que disponga de un presupuesto diferenciado para lograr sus objetivos.

Además, es conveniente el impulso de la marca de calidad Andalucía; lo que requeriría la modificación de las condiciones de etiquetado, recogidas en el reglamento comunitario sobre normas de comercialización del aceite de oliva.

1. Calidad y control

Andalucía viene trabajando durante años para ser pionera en la elaboración de productos de calidad, línea en la que se concentran nuestros esfuerzos.

En este sentido, no vemos adecuado que en un documento de planificación general se descienda a detalles técnicos propios de los documentos de desarrollo, o que destaque elementos que no responden al comportamiento general de la cadena comercial.

Consideramos fundamental seguir diseñando e incorporando nuevas medidas que permitan reforzar los estándares de calidad de nuestros productos y su control, mediante la adopción de normativas homogéneas y coherentes, que incluyan parámetros novedosos claros respaldados por estudios científicos de relevancia. Solo de esta manera se puede incrementar las garantías sobre la reputación de nuestros productos en el mercado, su transparencia y la confianza de los consumidores.

En este sentido, se propone que:

- La Unión Europea anime al Consejo Oleícola Internacional (C.O.I.), a continuar y acelerar los estudios sobre posibles modificaciones en los parámetros fisicoquímicos que lleven consigo una mejora en la verificación de la calidad de los

aceites de oliva, basados en estudios científicos que acrediten su viabilidad y valoren el impacto económico en la producción. Igualmente, deben de continuar las mejoras del Panel Test y los procesos que permitan mejorar la homogenización en la respuesta de los diferentes paneles.

- Los estándares de calidad sean homogéneos, no solo entre los países productores tradicionales sino también entre los países productores emergentes y en los países netamente consumidores, con el fin de garantizar la transparencia en el mercado además de para evitar que se generen barreras técnicas comerciales. Posiblemente, para lograr este objetivo sea necesario que se incorporen al Consejo Oleícola Internacional, y participen en los diferentes grupos de trabajo y en la toma de decisiones.
- Se homogeneícen los controles, se simplifiquen los procedimientos de control y se integren en un sistema coordinado de intercambio de información de los mismos entre países productores.
- Se exija a los Estados Miembros que impidan la utilización de envases rellenables en el canal HORECA.

2. Medidas de apoyo al sector

En cuanto al segundo punto del documento, entendemos que en lugar de reestructuración del sector debería denominarse medidas de apoyo para el sector, con el objetivo de que recoja un conjunto de medidas que permitan adaptar las explotaciones para permitir una mayor rentabilidad.

A la hora de hablar de estabilidad del sector, no podemos dejar a un lado la importancia que tienen en el mantenimiento de la renta de los productores las ayudas directas de la PAC.

Es necesario que este sector cuente con una ayuda diferenciada por su marcado carácter social y su impacto positivo desde el punto de vista medioambiental como cultivo permanente. Junto a estas ayudas habrá que establecer otras de carácter ambiental que aseguren el mantenimiento del cultivo sobre todo en zonas sensibles, con mayores dificultades naturales.

Asimismo, sólo se debería diseñar un subprograma temático para la mejora de la competitividad del olivar, si viene dotado con un presupuesto específico, adicional y suficiente para esta finalidad.

3. Estructura del sector (de la cadena)

En este capítulo, la Comisión propone como vía para potenciar la concentración de la oferta el aumento del tamaño de las organizaciones de productores (OP), de modo que sirva para reforzar el poder de negociación de los productores en el seno de la cadena alimentaria. De esta manera, estas organizaciones estarán en mejor posición para coordinar la oferta y la comercialización de la producción de sus miembros.

Para llegar a esta situación, propone hacer uso de las disposiciones vigentes así como de las nuevas medidas previstas en la reforma de la PAC para fortalecer las organizaciones de productores y estimular la formación de asociaciones de productores.

En este sentido, se propone que:

- Se definan mejor estas Organizaciones de Productores, concretando que se tratan de empresas constituidas para la comercialización conjunta de las producciones de sus miembros, con dimensión adecuada para influir en el equilibrio de la cadena y con capacidad técnica suficiente.
- Antes de generar nuevos instrumentos deben potenciarse los ya existentes para aumentar el tamaño y la dimensión en general de las empresas y cooperativas del sector como el fomento a la cooperación empresarial, las fusiones, integraciones y alianzas estratégicas. Para ello es importante que no se establezcan restricciones en las medidas de desarrollo rural que establecen ayudas con esta finalidad, cuando se trate de cooperativas u otras agrupaciones de productores.
- Se evalúe la influencia que en este desequilibrio de la cadena alimentaria tiene la normativa de competencia y promover las excepciones que correspondan, que permitan reforzar las funciones de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias, así como la legislación en materia de contratos agroalimentarios, por ejemplo permitiendo a la interprofesional alcanzar acuerdos que encaminados a paliar esta situación.
- No se apliquen por defecto las normativas de competencia para la producción y comercialización de productos agrícolas, tal y como propone el Parlamento Europeo en sus enmiendas al Reglamento de la OCM, de acuerdo al Tratado de Lisboa.

4.Herramientas de gestión de mercado

Teniendo en cuenta la problemática actual del sector, se echa de menos en el documento un capítulo importante sobre herramientas de regulación de mercado que permita dar soluciones a corto plazo del problema de precios que se está produciendo en este sector. La propuesta de OCM única actual elimina los precios de referencia para el desencadenamiento del mecanismo de almacenamiento privado, quedando en manos de la Comisión, la apreciación de la necesidad de activación.

Para garantizar un funcionamiento adecuado del sistema se propone:

- La revisión de dichos precios de referencia, de manera que sean acordes a la evolución de los costes de los insumos, e ir acompañados de mecanismos que aseguren un sistema de activación ágil, objetivo y adaptado a la situación del mercado.
- Establecer procedimientos regulados que permitieran que los propios productores o la interprofesional disponga de herramientas para adecuar la oferta a la demanda, por ejemplo, mediante el almacenamiento privado sin financiación pública.
- Extender el mecanismo de almacenamiento privado al sector de la aceituna de mesa.

5.Promoción

Las propiedades organolépticas y saludables del aceite de oliva y aceituna de mesa, hacen que estos productos tengan un gran potencial en cuanto al aumento de sus niveles de consumo. En la difusión de las bondades de nuestros productos la promoción es una de las piezas clave como vía para el aumento de la demanda, y por tanto, para la garantía de futuro del sector del olivar.

Estamos de acuerdo con las acciones a emprender que en cuanto a la promoción se recogen en el plan, pero debería complementarse incluyendo algunos aspectos de importancia como:

- La necesidad de disponer de una política de promoción comunitaria eficaz, flexible, pragmática, que permita el equilibrio entre la promoción genérica y marquista, con un marco de una gestión y burocracia simplificada.
- Un programa que disponga de una ficha económica específica para el sector del olivar.
- Especial apoyo a los aceites con calidad diferenciada.
- Permitir la promoción de marcas individuales como mensaje subordinado al mensaje principal de la marca de calidad nacional o comunitaria.
- Promover la promoción marquista en terceros países similares a las estrategias establecidas en el sector vitivinícola, de forma que el esfuerzo promocional cuente con una continuidad.

6. Investigación y transferencia tecnológica

Para finalizar, entendemos que hoy en día la evolución del sector debe ir de la mano de la investigación y transferencia. En este sentido se propone que el plan recoja un capítulo de medidas de fomento y apoyo a la investigación, acompañado de fondos para financiar estudios que permitan aportar herramientas de mejora a nuestro sector, como puede ser estudios para la mejora del manejo de las explotaciones, estudios de mercado o estudios sobre los beneficios para la salud del consumo de aceite de oliva y la aceituna de mesa gracias a sus propiedades.

7. Competencia en terceros países

En relación con la problemática de competencia con terceros países productores se propone:

- Exigir reciprocidad en las exigencias fitosanitarias, así como sociales y medioambientales, a las producciones importadas.
- Mejorar los sistemas de control en frontera para asegurar el cumplimiento de los contingentes arancelarios.
- La propuesta sobre la inclusión del sector agrario en el fondo europeo de globalización debe aplicarse igualmente a acuerdos que entren en vigor a partir de 2012.
- Cualquier nueva propuesta de liberalización que afecte al sector del olivar deberá ir acompañada de una adecuada evaluación de impacto sobre el mismo.
- Mantener la oposición a cualquier desviación de la norma del CODEX, en el marco de la OMC, que puedan suponer una barrera técnica al comercio.

Dado el interés que este documento supone para Andalucía como líderes en la producción del sector del olivar, se propone la creación de un grupo de seguimiento en

el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía, para evaluar las propuestas que se vayan desarrollando a partir del Plan de Acción del sector del aceite de oliva de la UE.

POSICIONAMIENTO DEL GOBIERNO DE CASTILLA-LA MANCHA ACERCA DEL PLAN DE ACCIÓN DE LA UNIÓN EUROPEA SOBRE EL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA
Toledo, 11 de julio de 2012

1.- Calidad y controles

- ✓ Debe avanzarse hacia un modelo mixto de determinación de calidades conjuntando tanto los parámetros de los resultados de los análisis físico-químicos como de los paneles de cata, buscando los medios materiales necesarios para que éstos últimos, especialmente, sean ágiles y profesionales, consiguiendo su financiación a través de toda la cadena de valor.
- ✓ A priori, no apoyamos una bajada de los parámetros físico-químicos hasta que no existan evidencias científicas de su validez para todos los aceites procedentes de diferentes variedades de aceituna, y se haya realizado un estudio de impacto de su modificación. Hasta entonces, se propone el mantenimiento del actual “status quo”.
- ✓ Deben aprovecharse los recursos que la nueva PAC destine a medidas de investigación para avanzar en los puntos anteriores.
- ✓ Debe exigirse a la Unión Europea que legisle para conseguir la utilización de envases no rellenables en la red HORECA, prohibiendo tal práctica.
- ✓ Debe exigirse a la Unión Europea el establecimiento de normas claras y medidas de control del etiquetado engañoso.
- ✓ Debe extenderse a toda la Unión Europea el actual sistema de comunicación de datos de España a la Agencia para el Aceite de Oliva, estableciendo una Agencia Europea para el Aceite de Oliva.
- ✓ Apoyamos las medidas legislativas encaminadas a la separación de actividades, tanto física como administrativa, de las empresas productoras de aceite de oliva virgen y virgen extra de aquellas con capacidad para el refinado del aceite, evitando así la posibilidad de derivar parte de una producción a la otra.
- ✓ Debe integrarse en una sola unidad de la administración todo el control oficial de la calidad agroalimentaria (producción, sanidad, comercialización y consumo), persiguiendo la eficiencia de los recursos, así como evitar la disparidad de criterios y focalización de los controles en una parte de la cadena de valor.

2.- Reestructuración del Sector

- ✓ Deben aprovecharse todas las posibilidades de financiación para apoyar la mejora de las técnicas productivas, especialmente aquellas que permitan introducir un importante ahorro de costes de producción con el mantenimiento o mejora de la calidad de las producciones.
- ✓ En caso de avanzarse en la propuesta de un programa de reestructuración y reconversión del sector, de carácter voluntario para los productores, debe contemplarse un nivel de apoyo suficiente a los mismos debido al lucro cesante que se produciría.
- ✓ Debe avanzarse hacia la recuperación y generalización de un modelo de producción integrada de olivar, principalmente para los olivares tradicionales, con cierto apoyo económico a través de las medidas agroambientales establecidas en los Programas de Desarrollo Rural de las Comunidades Autónomas.
- ✓ Debe tenerse en cuenta el nivel de ayudas directas (primer pilar) que recibirá los agricultores en las distintas zonas productoras, avanzándose hacia un pago básico

homogéneo nacional por agrosistema “olivar”, separando en dos sub-agrosistemas olivareros, el de regadío y el de secano.

3.- Estructuración del Sector

- ✓ Deben establecerse medidas de apoyo, a nivel comunitario, para aumentar la dimensión, integración y profesionalización del sector de aceite de oliva, avanzando hacia modelos integrados producción-ensado-comercialización siguiendo el principio “de la explotación a la mesa”.
- ✓ Proponemos la creación de una “Mesa Nacional de la cadena de valor del aceite de oliva” en la que estén representados todos los eslabones de la cadena comercial, desde productores hasta el comercio, incluso los consumidores, y que sirva para buscar consensos y posiciones comunes.
- ✓ Deben revisarse las normas comunitarias de defensa de la competencia que permitan la autorregulación del sector y la adaptación a las características específicas del sector agroalimentario, separando estas normas de las propias de otros sectores económicos, como el de bienes y servicios.

4.- Promoción

- ✓ Deben extenderse los programas de promoción del aceite de oliva a los mercados de los estados miembros de la Unión Europea, pues el potencial subyacente es todavía muy amplio, principalmente el de los países nórdicos.
- ✓ Deben ampliarse el marco normativo actual de las alegaciones nutricionales, pues las permitidas en el aceite de oliva no reflejan todo el elenco de cualidades que, a nivel médico-científico, se han demostrado, como son, por ejemplo, las cardiosaludables.
- ✓ Debe trasladarse al consumidor un mensaje claro del origen del producto, en nuestro caso, haciendo una enseña fundamental de la “Marca España”, permitiendo la diferenciación marquista.
- ✓ Debería estudiarse un sistema de promoción en terceros países del aceite de oliva similar al existente en otros sectores productivos como el vitivinícola, dado el éxito obtenido.

5.- COI

- ✓ España debe exigir la presencia de un representante nacional en la alta dirección del COI.
- ✓ Debe procurarse que las normas y procedimientos emanados del COI, sean reconocidas por la Organización Mundial del Comercio como normas de referencia mundial a la hora de dirimir conflictos y establecer normas internacionales en la comercialización.
- ✓ Deben hacerse los esfuerzos necesarios para la participación de países no fundamentalmente productores pero sí netamente consumidores.

6.- Competencia de países terceros

- ✓ Debe procurarse la catalogación del aceite de oliva como “producto sensible” en la próxima revisión y nueva negociación de los Acuerdos Euro-Mediterráneos.
- ✓ Deben intensificarse los controles de calidad sobre el aceite de oliva en las fronteras de la Unión Europea (PIFs-Puestos de Inspección Fronteriza), especialmente en aquellas por donde pueda producirse la entrada de este producto proveniente de otros países



productores directamente competidores. En estos PIFs ya existen funcionarios del Ministerio de Agricultura con competencias y funciones claras en materia de sanidad animal y de sanidad vegetal, pero no en calidad y fraudes, recayendo estas acciones sobre funcionarios del SOIVRE dependientes de Hacienda.

- ✓ Deben reforzarse la vigilancia y el seguimiento de las entradas de aceite de oliva de origen marroquí, más si cabe cuando ya no tiene ningún arancel.

7.- Punto adicional: regulación de mercados

- ✓ Deben buscarse sistemas mixtos, público-privados, de regulación de mercados ágiles y eficaces, establecidos en base a precios actualizados y con sistemas de desencadenamiento automáticos.
- ✓ El modelo de intervención del mercado de mantequilla se considera un buen referente.

BORRADOR



Generalitat de Catalunya
Departament d'Agricultura, Ramaderia,
Pesca, Alimentació i Medi Natural

DOCUMENTO DE POSICIONAMIENTO DE LA GENERALITAT DE
CATALUNYA AL PLAN DE ACCIÓN DEL SECTOR DEL ACEITE DE
OLIVA EN LA UE DE LA DG AGRI DE LA UE

Barcelona, 6 de julio de 2012



Àmbito de la qualitat y los controles

Mayoritariamente se considera positivo que la Unión Europea plantee reforzar este ámbito, puesto que se detectan en la actualidad importantes deficiencias que ponen en jaque al sector productor, especialmente por la posición dominante de algunas grandes distribuidoras o grupos comercializadores en la fijación de los precios.

Es importante que a nivel normativo se sea capaz de una vez por todas de establecer una norma igual para todos los países de la UE en la que se prohíba expresamente la mezcla de aceites de oliva con otros aceites de origen vegetal.

A nivel de información sería básico simplificar la norma y los variados indicativos actuales de los aceites de oliva, así como alguno de sus indicaciones que inducen a confusión al consumidor. Por poner un ejemplo, el aceite "refinado" puede llevar a pensar que es más selecto que un aceite de oliva virgen.

Por lo que respecta a la comercialización de aceite para el canal HORECA, se hace imprescindible la obligatoriedad del uso de envases no reutilizables, tanto de uso interno como del aceite que se ofrece al consumidor del canal HORECA.

Se considera que la norma de toma de muestras oficiales de aceite de oliva debería ser revisada de manera que el procedimiento fuera más práctico y sencillo y limitara la cantidad de muestra a tomar, ya que la metodología vigente es laboriosa y complicada y obliga a tomar mucha cantidad de aceite. También se cree que el plazo reglamentario para realizar los segundos análisis (contradictorio y dirimente) de determinados parámetros (acidez, peróxidos, análisis organoléptico, etc.) es demasiado corto y en el marco del procedimiento sancionador establecido, es prácticamente imposible cumplir los plazos.

Àmbito de la reestructuración del sector

Se coincide mayoritariamente en que el sector requiere de una reestructuración pero la que plantea la UE, en el marco de los PDR, no se sabe a ciencia cierta si es la mejor de las opciones. Si fuera así, dado que cada territorio, incluso dentro de un mismo estado miembro, tiene sus particularidades, debe darse la posibilidad de que los subplanes de reestructuración se decidan dentro de cada territorio y no se impongan a nivel estatal.

Por otro lado, la reestructuración que plantea la UE no contempla medidas concretas que en otros sectores si han dado buenos resultados, como son las reconversiones varietales. Estas se consideran necesarias y adecuadas, siempre que vayan ligadas a planes de abandono de las plantaciones marginales y se destinen a los profesionales, mientras que por otro lado la reestructuración debería afectar solamente a las zonas tradicionales de olivar, ya que acciones que pudieran suponer beneficios futuros podrían provocar la



implantaciones de nuevos olivares en zonas no tradicionales, restando recursos para el resto.

Sea como fuere, no queda claro con que financiación se llevarían a cabo tales actuaciones.

En relación a los mecanismos de regulación de mercados, se considera que el Plan no hace referencia alguna a los mismos. Por este motivo se considera que debería incluirse alguna referencia clara a estos mecanismos en el documento.

En cuanto al almacenamiento privado, debemos recordar que es el único mecanismo que actualmente prevé la OCM única como medida de regulación del mercado en el sector del aceite de oliva. Aún siendo una medida útil, se ha demostrado que los precios de desencadenamiento de este mecanismo están muy por debajo del nivel deseado para que pudiera servir como una referencia de mercado aceptable.

Por otra parte, el mecanismo de licitación aplicado hasta ahora a los almacenamientos de aceite, es un mecanismo que presiona muy a la baja la ayuda recibida por los interesados. Debería substituirse este mecanismo de licitación por el de fijación de la ayuda por anticipado.

Dentro del apartado "Otras medidas de regulación de mercados", cabe tener en cuenta que la nueva PAC para el período 2014/2020 debería prever, además del almacenamiento privado, otras medidas de intervención del mercado en el sentido que quedó reflejado en el documento de posicionamiento de la Comisión de Seguimiento de la Reforma de la PAC acordado por el DAAM con las organizaciones agrarias, sectoriales y cooperativas, y con los partidos políticos con representación en el Parlamento de Catalunya, el cual ya fue entregado al Ministro y al Comisario de Agricultura de la Unión Europea.

Finalmente, respecto a la extensión de normas, se propone establecer la obligatoriedad de que, cuando los *stocks* de aceite de oliva alcancen un determinado nivel, se obligue a los operadores del sector a realizar una retirada obligatoria de aceite de baja calidad en las cantidades que se determinen. Se trataría de una gestión de la oferta que no tendría por tanto efecto sobre el presupuesto de la Unión.

El DAAM esta de acuerdo en la potenciación de las medidas que potencien la dimensión de las Organizaciones de Productores así como a utilizar las ayudas previstas en el segundo pilar de la PAC para fomentar la creación de agrupaciones de productores, porque se considera que el sector productor, que es la base de la cadena agroalimentaria esta muy fragmentado, y la concentración y la organización de la oferta son instrumentos básicos para su posicionamiento negociador dentro del mercado. La cual cosa se puede contabilizar con organizaciones de otras dimensiones en función de su modelo de negocio.

Igualmente se apoya la valorización de la oferta agroalimentaria, así lo estamos haciendo mediante las convocatorias de ayudas incluidas la línea 123 de incremento al



valor añadido del PDR para la mejora de la transformación y la comercialización de las empresas agroalimentarias, siendo en todas ellas elementos de priorización, entre otras, la innovación en las que los beneficiarios sean APA's, OPFH y Coopertivas.

Ámbito de la promoción

Se considera que es imprescindible en los mercados actuales alcanzar niveles elevados de promoción, aunque para ello, claro está, hace falta una gran parte de soporte financiero, tanto público como privado.

Es cierto que actualmente han cambiado las normas sobre la promoción de los productos agroalimentarios con respecto a sus aportes a la salud humana, pero también es cierto que están científicamente demostrados los beneficios que reporta el aceite de oliva para la salud de las personas. Debe aprovecharse este filón para hacer una promoción no solamente a nivel interno de los propios estados miembros productores sino entre aquellos otros de la UE no consumidores de aceite de oliva y si de grasas de origen animal.

Estas campañas deben ir estrechamente ligadas a los puntos de venta, con folletos informativos, claros y sencillos, a los consumidores, y sobre todo a los consumidores más pequeños, fomentando el consumo entre los jóvenes con campañas financiadas por la UE, como en el caso de la fruta, en centros escolares, etc.

Resulta también imprescindible abordar la promoción en países terceros, especialmente aquellos que son grandes importadores de aceites de origen vegetal que no son el aceite de oliva, así como explorar el potencial consumidor de algunos países en los que hasta el momento el aceite de oliva ha tenido poca entrada.

En cualquier caso, la promoción debería ir más estrechamente ligada al aceite virgen y virgen extra que a la promoción general.

Ámbito del Consejo Oleícola Internacional (COI) y de la competencia con terceros países

Se coincide plenamente en que el papel del COI es plenamente beneficioso para la promoción del sector, y que debe ser ampliado a partir del 2014, a los países consumidores, más allá de los productores.

Puesto que el COI ejerce un papel importante de referencia en las normas internacionales en el sector oleícola, debería dotarse a la UE de un peso mayor dentro de esta institución, en la que la opinión de los representantes comunitarios tuviera más fuerza.

En lo referente a las competencias de países terceros, preocupan enormemente los acuerdos que mantiene la UE con algunos de ellos, en especial aquellos que también se están convirtiendo en grandes productores de aceite de oliva, como Marruecos.



Finalmente, preocupa que no se cumplan en las importaciones con los estándares mínimos que se marcan para los productores europeos, y por ello, a pesar que en el aceite de oliva somos plenamente exportadores, se requiere corresponsabilidad y reciprocidad en dichas importaciones.

POSTURA DEL GOBIERNO DE EXTREMADURA AL PLAN DE ACCIÓN DEL SECTOR DE ACEITE DE OLIVA DE LA UE (DOC CIOLOS)

Calidad y Controles.-

Creemos conveniente la necesidad de incluir dentro del Plan que se unifiquen los parámetros de calidad que utiliza el COI con los Mercados de Futuro (MFAO), porque actualmente para los MFAO se están utilizando límites más altos de los que deberían ser exigidos.

Coincidiendo con el Plan deben mejorarse los métodos de evaluación y de control. Es necesario realizar investigaciones sobre los diferentes tipos de aceite de oliva y sobre la mejora de los controles de la calidad y la pureza del aceite de oliva. Deberían desarrollarse métodos de análisis que permitan comprobar la información en la etiqueta de dichas mezclas. En el sector de la restauración, el uso de envases no reutilizables debería ir instaurándose poco a poco para terminar con las prácticas inadecuadas.

Además, se pretende con este Plan trabajar con el Consejo Oleícola Internacional (COI) para desarrollar conjuntamente una serie de medidas para ayudar a los productores y los consumidores, más allá de Europa, y aplicarlas a todos los niveles.

Reestructuración del sector

Este apartado define de forma sucinta que las nuevas disposiciones de la reforma de la PAC deben permitir y usarse para apoyar al sector oleícola vía el segundo pilar:

Según este apartado los Estados miembros deben garantizar que los fondos de la política de desarrollo rural puedan utilizarse para la reestructuración y la modernización de las explotaciones que se han vuelto menos competitivas, con vistas al relevo generacional y la creciente competencia por parte de los nuevos países productores.

Las explotaciones oleícolas situadas en las zonas desfavorecidas de la UE también precisan de ayudas agroambientales y ayudas a las inversiones

Las acciones también deberán incluir medidas para concentrar la oferta a través de un mayor desarrollo y el aumento del tamaño de las organizaciones de productores, tales como las cooperativas, para ayudar a los agricultores a comercializar y a añadir valor a sus productos y para restablecer el equilibrio en la cadena alimentaria

Nuestra Comunidad Autónoma coincide totalmente con esta medida y deberá ser una prioridad en los programas de desarrollo rural de los principales países productores de la UE, incluido el próximo PDR que se elabore Extremadura en el que se deberá trabajar de forma intensa para crear acciones que apoyen al sector y así asegure una cofinanciación suficiente.

Estructura del sector.-

El documento también se remite a la reforma de la PAC (para reforzar a las organizaciones de productores) y a las ayudas previstas en el segundo pilar para permitir a los grupos de productores que mejoren su comercialización.

Coincidiendo con lo expuesto en el informe, se señala la necesidad de que haya una integración del sector cooperativo, de forma que haya una aglutinación del sector productor que tenga el suficiente peso específico para poder negociar con el sector industrial y las cadenas de distribución.

También deberemos trabajar en el desarrollo de ayudas y así lo defendemos en el marco de la próxima reforma de la PAC y en nuestra postura a la misma, para favorecer la integración cooperativa para concentrar la oferta y lograr así el equilibrio de la cadena alimentaria. Asimismo, hay que pedir a Bruselas la necesidad de disponer de elementos de flexibilidad en la aplicación de la Política Agraria Común (PAC), para que el olivar siga teniendo un nivel importante de ayudas que garanticen su subsistencia económica.

Promoción.-

El Plan se limita a esbozar las mejoras que debería incluir la futura política de promoción de la UE, como ampliarlas a nuevos beneficiarios (organizaciones de productores, grupos de productores), incluir la mención nacional como mención adicional a la europea, así como mayores sinergias entre los programas de promoción financiados por la UE y el COI.

En referencia al eje 4 del COI (Consejo Oleícola Internacional), el documento plantea la posibilidad de ampliar el Acuerdo de 2005 no solo a los países productores sino también a los países consumidores. Lo que se pretende y a nuestro parecer es una buena iniciativa es que el (COI) se abra no solo a los productores de aceite de oliva, sino a los consumidores para desarrollar el potencial que representa este mercado y compartir unas reglas comunes sobre la gestión del sector

En relación con la **competencia con terceros países**, el documento se limita a mencionar que la UE seguirá trabajando en relaciones bilaterales para buscar las soluciones más adecuadas.

Después de comentar uno a uno los ejes que contiene el Plan y nuestra postura a los mismos, indicar que debemos solicitar que se incluya en el informe en el cual no se hace mención al mecanismo del Almacenamiento Privado de Aceite u a otra herramienta encaminadas a mejorar la gestión de mercados, tales como la actualización y optimización del mecanismo de almacenamiento privado , que si bien sólo retiene temporalmente aceite del mercado y que por tanto volverá al mismo tras el periodo de almacenamiento, su uso y regulación se podría articular de forma que fuese más efectivo y ágil, y así el sector pueda autorregularse en situaciones de crisis graves a través de las interprofesionales.

También creemos que se podría plantear la posibilidad que este mecanismo de almacenamiento se pudiera utilizar para la aceituna de mesa.

Como conclusión general, se trata de un plan que enumera las acciones generales a tomar pero es necesario que una vez abierto se trabaje en concretar y desarrollar junto con el sector esas líneas generales definidas en el Plan.