

## Balance de una década de actividades Interprofesional del Aceite de Oliva Español, la gran herramienta de mejora sectorial

La Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español ha cumplido este año su décimo aniversario desde la puesta en marcha de la primera extensión de norma. Y lo celebramos redoblando esfuerzos en la promoción de nuestro producto en todo el mundo y volcándonos en impulsar la innovación en áreas de especial interés para el sector.

**D**iez años en los que la Organización ha contribuido decididamente a la revolución comercial y tecnológica que ha vivido el sector del aceite de oliva en estos años. Y qué mejor ocasión que Expoliva 2019 para celebrarlo con todo el sector, los verdaderos artífices de este éxito. La Interprofesional consagró su participación en el certamen a repasar el trabajo realizado en esta década, incluyendo un multitudinario evento en el que dimos a conocer algunos de los grandes hitos del sector en estos años.

Y, sobre todo, sirvió para mostrar el extenso número de proyectos que la Organización tiene ahora mismo en marcha



en todo el mundo, así como a avanzar las nuevas iniciativas que van a dinamizar la demanda en nuestros principales mercados, especialmente en España, que se pondrá en marcha el próximo otoño.

Asimismo, se presentó la nueva extensión de norma que entrará en vigor con la nueva campaña. Una herramienta que garantiza al sector los recursos para seguir trabajando en las próximas cinco campañas y de esta forma afianzar nuestro liderazgo mundial. Y lo más importante, ayudar a valorizar nuestro producto en los 178 países en los que vendemos los Aceites de Oliva de España. ■



# “Olive Oil Makes a Tastier World” impacta en millones de contactos en Europa



## CELEBRAMOS LA PRIMERA CATA AÉREA DE LA HISTORIA



Aceites de Oliva de España ha marcado un hito en la historia de la promoción del producto con la celebración en febrero de la primera cata aérea de aceites de oliva virgen extra de la historia. Un Airbus A-321 de la compañía aérea Iberia acogió esta acción en un vuelo con destino a Londres. Los más de 200 pasajeros del vuelo pudieron disfrutar esta experiencia a 35.000 pies de altura (más de 10.500 metros). Para ello han recibido un kit de cata de Aceites de Oliva de España que contenía todo lo necesario para degustar algunas de las principales variedades de aceite de oliva virgen extra de nuestro país: Dos botellitas con aceites de oliva virgen extra de la variedad picual y hojiblanca, dos vasitos, pan y un folleto con información sobre la cata y los aceites que se han degustado. Una degustación que contó con la guía del exporto catador Alfonso Fernández.

**E**n febrero de 2019 la campaña de promoción “Olive Oil Makes a Tastier World” iniciaba su segundo año de actividad, de los tres previstos en Europa. Y nos ha dejado hitos de la promoción del producto como el AVE de los Aceites de Oliva. Durante un mes, coincidiendo con la celebración de la Semana Santa y la Feria de Abril, los coches y locomotoras de uno de los trenes de alta velocidad que une las ciudades de Madrid y Sevilla se customizaron con la imagen de la campaña.

Una iniciativa que se ha extendido al interior de las cafeterías de todos los AVE que unieron Madrid con la capital andaluza a lo largo de ese mes. Acciones reforzadas con la entrega de miles de muestras de aceites de oliva virgen extra a los pasajeros que realizaron este trayecto. Las creatividades de campaña también se exhibieron en las pantallas gigantes ubicadas en las estaciones.

Iniciativas de enorme notoriedad que aportaron más de 34 millones de impactos. No fueron las únicas acciones ligadas al transporte ferroviario a lo largo de estos últimos meses. En junio y julio la campaña se trasladó a las estaciones de tren de Frankfurt en Alemania y Amberes en Bélgica. En ambas estaciones se instaló el Olive Oil Lounge, un espacio que permitió a los viajeros conocer más sobre nuestros aceites, admirar una completa oleoteca y probar varias referencias de virgen extra. Todo ello en un espacio amigable. De esta forma las estaciones de tren toma el relevo a los grandes aeropuertos en la estrategia de campaña en Europa. De hecho, en enero de 2019 aún visitamos con esta acción los aeropuertos de Heathrow (Londres, en el Reino Unido) y Schiphol (Ámsterdam, en los Países Bajos). Esta es una campaña en la que la Unión Europea colabora con la Interprofesional del Aceite de Oliva Español. ■



## Olive Oil World Tour en Estados Unidos

Las acciones de información y divulgación emprendidas por Aceites de Oliva de España con apoyo de la Unión Europea en el marco de la campaña "Olive Oil Makes a Tastier World" en Estados Unidos nos ha dejado en la primera mitad de 2019 algunas de las acciones más espectaculares de toda la campaña. En concreto la llevada a cabo en el Oculus de la ciudad de Nueva York nos ha dejado una de las imágenes más icónicas de esta iniciativa promocional. Proyecciones en 22 pantallas gigantes –algunas de ellas con una dimensión de más de 21 metros-, 276 pases por día. El Oculus es el complejo diseñado por el arquitecto español Santiago Calatrava en el World Trade Center de Nueva York, una impresionante estructura blanca en forma de esqueleto con elevado tráfico de personas –se estiman casi 11 millones de personas cada mes– que alberga un centro comercial subterráneo y un nodo de comunicación al confluir líneas de metro y el tren que conecta con Nueva Jersey. En mayo todos los soportes de la Union

Station de Chicago, ofreciendo a más de 100.000 viajeros diarios inmersión en el producto y una experiencia 360 grados impactante. Más de 180 soportes contuvieron la imagen de la campaña, incluidas escaleras, columnas, barandillas, ventanas, ascensores, pasillos. En junio, el Olive Oil Lounge aterrizó en el aeropuerto de Atlanta, el más transitado del mundo con más de 100 millones de pasajeros al año.

La campaña tampoco ha descuidado las relaciones públicas. Así a finales de mayo la campaña llevó a cabo un taller gastronómico destinado a prensa e influencers de Chicago. Los prestigiosos chefs Seamus Mullen y Marcos Campos enseñaron a los invitados a elaborar platos típicos españoles con nuestro alimento como ingrediente "estrella". Una degustación de aceites de oliva virgen extra guiada por el catador Alfonso Fernández, que mostró a los asistentes la variedad y versatilidad del "oro líquido". Además, el mixólogo Ricardo Alvarado demostró que este alimento único también tiene cabida en la coctelería. ■

### NUEVA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DIGITAL EN ESTADOS UNIDOS, JAPÓN Y CHINA

En paralelo a la iniciativa "Olive Oil Makes a Tastier World", Aceites de Oliva de España ha puesto en marcha una importante campaña digital destinada a potenciar entre los consumidores el reconocimiento de España como líder mundial del sector por calidad, producción y comercialización. Una campaña destinada a medios sociales en Estados Unidos, Japón y China, que se apoyara en las páginas web de Aceites de Oliva de España en cada uno de esos mercados.

En concreto, lo que se propone a esos consumidores es un acercamiento a nuestros aceites, a la gastronomía y cultura española de la mano de un dibujante norteamericano, un cocinero japonés y una profesora de idiomas china que llevan años viviendo en España. Cuentan sus experiencias, su acercamiento a nuestra gastronomía y el papel central que juegan los aceites de oliva en nuestra dieta diaria.

# Asia, uno de los grandes motores de la demanda de aceites de oliva en el mundo

La demanda de nuestros aceites en Asia se ha disparado en los seis primeros meses del año 2019. Japón adquirió 21.466 toneladas de aceites de oliva en España entre enero y junio, lo que supone un crecimiento de casi un 40% sobre el mismo semestre de 2018. Con estas cifras, España refuerza su liderazgo en este mercado, alcanzado una cuota sobre el total de las importaciones de casi el 64% a más de 30 puntos de nuestro inmediato competidor. En China ese dominio es aún más apabullante. Con 17.649 toneladas vendidas en el primer semestre de este año, España alcanza una cuota, sobre el total de importaciones de casi el 87%. En estos meses las ventas se han incrementado cerca del 51%.

Tiene pues, pleno sentido el esfuerzo promocional que está realizando la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, con la ayuda de la Unión Europea a través del Olive Oil World Tour en Asia que, con el eslogan "Olive Oil Makes a Tastier World", ha entrado en su segundo año de ejecución. Una campaña que a lo largo de los primeros meses de este año ha estado presente en los tres grandes aeropuertos de China. Los circuitos de publicidad de los aeropuertos de Pekín, Shanghái y Hong Kong han reproducido los mensajes de campaña en grandes pantallas que cada día han visionado millones de pasajeros. De hecho, este país acogió en mayo una rueda de prensa para presentar las acciones de este segundo año de campaña. En ella, además



de conocer más sobre esta iniciativa promocional, los periodistas asistieron a taller de cocina a cargo del chef Hu Yuanjun. Periodistas que, para finalizar el evento, participaron en un concurso de cocina con los nuestros aceites como grandes protagonistas. Gracias a esta y otras acciones de relaciones públicas se han logrado en estos primeros meses de 2018 superar los 300 millones de contactos en el gigante asiático.

Pero ha sido Japón la que nos ha dejado la imagen más emblemática de la campaña en Asia: seis pantallas gigantes de vídeo reproduciendo nuestras creatividades en el Cruce de Shibuya, en Tokio. Se estima que se superaron los 72 millones de contactos a lo largo del mes de marzo. ■

## EL MERCADO NACIONAL, NUEVA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN

Aceites de Oliva de España está ultimando la puesta en marcha de una nueva campaña de promoción destinada al mercado nacional. Con una duración de un año, trata de dinamizar el consumo en España, que en los últimos años mostraba señales de cierta debilidad. De hecho, esta va a ser la campaña más potente nunca antes lanzada por Aceites de Oliva de España en nuestro mercado. En especial, las distintas acciones contempladas tratarán de rejuvenecer el perfil del consumidor español, que ha ido envejeciendo en los últimos años. Por supuesto, tratará también de mejorar el conocimiento que los españoles tienen sobre nuestro alimento y sus usos.



# La salud, motor de la demanda de los aceites de oliva en el mundo



Vivimos en un mundo cada vez más preocupado por el efecto de lo que come sobre su salud. Hoy más que nunca los consumidores toman conciencia de que somos lo que comemos. Así no es de extrañar que tengamos que hacer frente a una auténtica avalancha de dietas que nos aseguran una salud de hierro a partir de las más pelegrinas combinaciones de alimentos (Keto, Paleo, Whole, Atkins,...). Para el consumidor no siempre es fácil discernir que es correcto y que no lo es en nutrición. Por eso, en un debate dominado con frecuencia por las pseudociencias, Aceites de Oliva de España ha tomado la determinación de ejercer de abanderado de la Dieta Mediterránea y apoyándose en la evidencia científica.

Desde hace años venimos trabajando en la difusión de las bondades saludables del consumo de los aceites de oliva, en el marco de una dieta saludable. Para ello recabamos el apoyo de aquellos científicos que llevan años consagrados a analizar los efectos reales sobre nuestra salud del consumo de nuestros aceites de oliva, dándoles la oportunidad de difundir sus avances y resultados entre la sociedad.

En concreto, Aceites de Oliva de España lleva años colaborando con The Culinary Institute of America y la Harvard T.H. Chan School of Public Health, para llevar esos avances a foros profesionales de enorme repercusión en Estados Unidos. En concreto en 2019 Aceites de Oliva de España ha patrocinado las conferencias Healthy Kitchens, Healthy Lives 2019, celebrada en febrero en California, y Menus of Change, celebrada en junio en Nueva York. En ambos casos, hubo espacio para hablar de la Dieta Mediterránea como opción más saludable de las que a día de hoy se conocen,

siendo la que más en profundidad se ha estudiado durante años.

El peso científico de ambas conferencias recayó en el profesor español Miguel Ángel Martínez, del Departamento de Medicina Preventiva de la Universidad de Navarra y colaborador a su vez de la Harvard T.H. Chan School of Public Health. Martínez lleva décadas trabajando en algunos de los principales estudios que analizan los efectos de una Dieta Mediterránea rica en aceites de oliva sobre nuestra salud, como el PREDIMED y el PREDIMED PLUS. En concreto la sesión en California llevó por título "La Dieta Mediterránea y la salud cardiovascular: de la investigación a la estrategia culinaria", destinado a profesionales del colectivo de la salud de Estados Unidos. Mientras que la sesión de Nueva York (titulada "Una Cocina Sostenible: Estrategias desde el Mediterráneo" y que abordó también el aspecto medioambiental de la sostenibilidad) estuvo dirigido a profesionales de la restauración de ese país.

En ambos casos, los talleres se complementaron con demostraciones culinarias a cargo del chef Daniel Olivella en California y del chef Seamus Mullen en Nueva York. Asimismo, se realizaron degustaciones de nuestros aceites de oliva virgen extra entre el numeroso público que acudió a ambos encuentros. Pero estas no son las únicas acciones emprendidas en este campo por Aceites de Oliva de España. En los últimos meses también se ha lanzado una serie de 14 vídeos divulgativos sobre los efectos beneficiosos del consumo de aceites de oliva en la prevención de algunas de las dolencias más comunes en la población mundial. Los vídeos, concebidos para su difusión a través de redes sociales, tienen versión en castellano e inglés. ■

## EL SECTOR SE VUELCA EN INVESTIGACIONES EN EL CAMPO DE LA SALUD

La Interprofesional del Aceite de Oliva Español lleva años apoyando líneas de trabajo muy prometedoras en este campo. Es el caso de las líneas sobre los aceites de oliva en la prevención y lucha contra el cáncer de mama en humanos que lleva a cabo la Universidad Autónoma de Barcelona, en colaboración con la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero. Ha demostrado que el consumo de aceite de oliva virgen extra frena la progresión del cáncer de mama, mientras que el aceite de semillas estimula notablemente dicha progresión. También colaboramos con el Proyecto Prevención de recurrencia de depresión con dieta mediterránea (PREDI-DEP), que coordina la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Ha constatado un descenso significativo de síntomas depresivos en aquellos pacientes que siguen la dieta mediterránea rica en aceite de oliva virgen extra. Y va a ser objeto de estudio el efecto del aceite de oliva virgen extra sobre el curso de la esclerosis múltiple recurrente-remitente, por la Universidad de Córdoba.

# Avances en la erradicación, contención y control de la *Xylella fastidiosa*



el manejo seguro de material infectado. Asimismo, investigadores del CITA aragonés, del IVIA en la Comunidad Valenciana, del IFAPA en Andalucía, de la Universidad de las Islas Baleares y del IRTA en Cataluña, están aprovechando los meses de verano para caracterizar el ciclo y migraciones de los vectores que transmiten la enfermedad en las principales zonas de olivar del país. Por supuesto se ha trabajado también en la caracterización las cepas presentes en España y en la identificación de las plantas huéspedes más comunes para cada una de ellas. Eso incluye el trabajo de secuenciación del genoma de la bacteria a cargo del Instituto de Agricultura sostenible del CSIC. ■

**E**n octubre de 2018 la Interprofesional del Aceite de Oliva Español formalizó un Contrato de Investigación y Desarrollo que permite apoyar seis líneas de trabajo, de 10 grupos de investigación españoles y los servicios de sanidad vegetal de las Islas Baleares y de la Generalitat Valenciana, para tratar de desarrollar estrategias de control y erradicación de la bacteria *Xylella fastidiosa*. Un compromiso que va más allá de la mera financiación de los trabajos de los científicos. De hecho, desde que se pusieron en marcha los trabajos, la Organización ha estado en contacto permanente con los investigadores con el fin último de conseguir que los avances del proyecto tengan una rápida traslación a la realidad productiva del sector.

El proyecto, de tres años de duración, ya está a pleno rendimiento y los distintos grupos avanzan en paralelo en cada una de las seis líneas. En concreto, el equipo del IVIA en Valencia y el del IAS-CSIC en Córdoba trabajan ya en los ensayos de patogenidad de cepas de la bacteria que afectan olivo sobre las variedades más extendidas de olivo en España. Labor que se está desarrollando en un invernadero y cámara de cultivo de bioseguridad que permiten

## ENSAYOS PILOTOS PARA LA CATEGORIZACIÓN DE LOS ACEITES

Tres empresas del sector pondrán en marcha durante la próxima campaña oleícola los ensayos piloto sobre la aplicación de nuevas tecnologías instrumentales complementarias al Panel Test. Se trata de testar en un ambiente real las tecnologías desarrolladas



en este proyecto liderado por la Interprofesional del Aceite de Oliva Español en colaboración con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y la Consejería de Agricultura de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía. Esto ha requerido un notable esfuerzo previo para desarrollar procedimientos de trabajo que permitan replicar todo el proceso. Así, cada muestra ha de pasar por el panel de cada una de las empresas como paso previo a ser sometido a la determinación instrumental. Las muestras, clasificadas por los algoritmos matemáticos a partir de la señal instrumental generada a partir sus compuestos volátiles, que den resultados discordantes, pasarán a ser estudiadas por los laboratorios oficiales. De esta forma, con los resultados de la primera fase de los proyectos piloto, por una parte, se dispondrá de información para afinar los procedimientos, así como las herramientas de normalización y los modelos matemáticos aplicados a cada una de las tecnologías, y por otra, validar la idoneidad del modelo testado.

# Proyecto Innolivar: La punta de lanza de la innovación aplicada al olivar



El sector del aceite de oliva es plenamente consciente de que sólo la innovación es capaz de garantizar su futuro. En especial aquella ligada a la mecanización de las labores de campo, uno de los puntos débiles del olivar tradicional, el que más superficie suma en nuestro país. Por esa razón se encargó a la Interprofesional del Aceite de Oliva Español que aunara esfuerzos para lanzar nuevos proyectos en este campo. De este requerimiento nació la iniciativa Innolivar, liderada por la Universidad de Córdoba en la forma de convenio de Compra Pública Innovadora, que se puso en marcha en 2018. El proyecto ha seleccionado a un grupo de empresas por cada una de las líneas de investigación, que serán las encargadas del desarrollo de prototipos que serán evaluados para dar con aquellos que cumplan los objetivos marcados en el programa. En concreto se está actuando en diez líneas de trabajo sobre el olivar de almazara:

## Mecanización

- 1. Cosechadoras** para olivar intensivo basadas en vibración y sacudida simultánea.
- 2. Vehículo polivalente** para olivar en pendiente y de difícil mecanización.

## Medidas ambientales, prácticas sostenibles y cambio climático

- 3. Equipo de aplicación** para pulverización a copa de olivar tradicional e intensivo con sistema de aplicación variable

y preparación-mezcla de caldo en tiempo real sin generar residuos.

- 4. Equipo integral** de agrupado, picado y gestión de los restos de poda para olivar intensivo y tradicional.
- 5. Actuaciones** de lucha contra la erosión.

## Industria, calidad y trazabilidad

- 6. Sistemas y tecnologías** que permitan la mejora del proceso de elaboración de los aceites de oliva.
- 7. Instrumentos analíticos** basados en la tecnología de la espectrometría de movilidad iónica que permita la asignación correcta a un AOVE.

## Biotecnología

- 8. Formulados precomerciales** de hongos antagonistas para el control de la Verticilosis del olivo.
- 9. Formulados precomercial** hongos entomopatógenos para el control de la mosca del olivo *Bactrocera oleae* (Gmelin).
- 10. Nuevas variedades** de olivo adaptadas al olivar en seto. ■

## PROYECTO OLIVARES VIVOS, REFERENTE MUNDIAL EN LA SOSTENIBILIDAD DEL OLIVAR

Buena parte de los consumidores mundiales ya no se limitan a evaluar el envase, el origen o el precio de un alimento en el lineal. También quieren saber cómo se produce lo que comen y qué efecto tiene sobre el medio ambiente. Un reto que el sector del aceite de oliva español ha asumido plenamente a través de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, que participa en el proyecto LIFE Olivares Vivos. Una iniciativa pionera en el mundo para recuperar la biodiversidad de nuestros olivares y la información al consumidor como un argumento de venta más. El proyecto avanza a buen ritmo y ya se han realizado más de 300.000 registros de flora y fauna, que han podido demostrar la riqueza natural que suponen nuestras explotaciones. Asimismo se han realizado intervenciones sumamente exitosas en las 20 fincas implicadas en el proyecto para fomentar un medio ambiente más rico. En paralelo se están sondeando algunos mercados (Alemania, Reino Unido, Dinamarca y España) para conocer la opinión de los consumidores sobre la apreciación de una marca que les ofrezca plenas garantías sobre un manejo de olivar respetuoso con la biodiversidad.





# Todo listo para la nueva extensión de norma 2019-2024

Está en trámite la nueva extensión de norma de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, que deberá entrar en vigor el 1 de octubre de 2019, con una duración de cinco campañas, hasta el 30 de septiembre de 2024. La nueva extensión mantiene la cuantía de la aportación económica en 6€ por cada tonelada de aceite de oliva producida y comercializada. Dicha aportación queda dividida en dos cuotas de tres euros por tonelada que recaen, por una parte, en el sector productor- elaborador, y por la otra en el comercializador-ensvasador. En términos generales, el nuevo texto mantiene sin grandes cambios el espíritu de las anteriores extensiones de norma, manteniendo la destinación del porcentaje mínimo del 80% del total de aportaciones a la promoción de los aceites de oliva y su consumo. Hasta un máximo del 20% se dedicará a la información y estudios de mercado y al impulso de los programas de investigación, desarrollo e innovación tecnológica. Establece, asimismo que un máximo del 10% de estos recursos se podrá destinar a la coordinación, puesta en marcha, seguimiento y control de las acciones que se ejecuten a lo largo del periodo de validez de esta nueva extensión de norma.

No obstante, el texto introduce algunos cambios menores que tratan de mejorar la aplicación de la extensión. Es el caso de la aclaración que se introduce sobre a quién y cuándo se genera cada una de las cuotas en el caso de almazaras que realicen la molturación y/o envasado a terceros, lo que se conoce como a maquila o forfait. En ese caso será la almazara que presta el servicio la que tenga que hacer frente al pago de las cuotas correspondientes a cuenta del propietario de la aceituna/aceite

a quien le será repercutido dicho coste. También es importante destacar que, por segunda vez en su historia, la Interprofesional del Aceite de Oliva de España opta por una extensión de norma de cinco años, frente a la de tres. Esto

garantiza un horizonte temporal más amplio a la hora de planificar acciones, especialmente grandes campañas de promoción, como las cofinanciadas por la Unión Europea que se desarrollan en periodos de hasta tres años. ■

## LA INTERPROFESIONAL DEL ACEITE DE OLIVA ESPAÑOL CLAVE EN LA ORDENACIÓN DEL MERCADO

Los desajustes que se han venido produciendo a lo largo de esta campaña en las cotizaciones de los aceites de oliva han puesto sobre la mesa la necesidad de implicar más al sector en la vertebración de este mercado. En este sentido, la Organización ha estado en el centro de todas las estrategias que se han debatido en los últimos meses para encontrar una solución a un problema que se manifiesta de forma cíclica. En concreto, en el seno de la Interprofesional se abordó el debate de un sistema de autorregulación que ayudara a paliar las fuertes oscilaciones de la oferta. Un mecanismo transparente y automático que permitiera retirar del mercado oferta en años, como este, de altas producciones. Una propuesta en la que se ha trabajado codo con codo con el Gobierno de España y la Comisión Europea. Una iniciativa que requiere cambios normativos de gran calado, para lo que se ha solicitado su estudio en Bruselas. Asimismo, el sector, a través de la Interprofesional trabaja en otras medidas, que más allá de la autorregulación, permitan mejorar el funcionamiento del mercado a través de estrategias de mejora de la calidad y de nuevos procedimientos en la aplicación del control organoléptico.

Los equipos de las Asociaciones miembro y de la Organización seguirán trabajando intensamente, como vienen haciendo hasta ahora, para facilitar a los órganos de gobierno la toma de decisiones en pro de la mejora continua de un sector líder.

