

La extensión de norma

Un instrumento necesario y urgente para el sector del aceite de oliva



La reforma de la OCM del sector del aceite de oliva, aprobada por el Consejo de Ministro de la UE, orienta al sector hacia un mayor interés por el mercado, por lo que esta propuesta pretende conseguir un aumento en el consumo del aceite de oliva, una diferenciación mayor en los precios de los tipos de aceite, y un mayor valor añadido del producto.

La falta de datos que se puede producir al no ser controlada la producción incidirá en la opacidad del mercado. La Interprofesional debe paliar esta situación asumiendo la información del mercado y poniéndola a disposición de todos los operadores..

UPA considera que se puede incidir en el aumento de consumo del aceite de oliva, mejorar el conocimiento por parte de los ciudadanos de los diferentes tipos de aceite de oliva y fidelizar a los consumidores, aumentando la información sobre las ventajas que para la salud conlleva la utilización del aceite de oliva, a través de campañas de promoción tanto en el mercado nacional como en el exterior.

Deseamos evitar las alteraciones bruscas de precios perjudiciales para el consumidor final, que pueden orientar su compra a otras grasas dando una mayor transparencia al mercado.

La consecución de estos objetivos beneficiará a todos los sectores de la cadena desde los productores, que pueden percibir una remuneración más regular por su producto, los envasadores que aumentarán el volumen de mercancía vendida, la distribución por una mayor rotación en los lineales del aceite y los consumidores que dispondrán de un producto saludable a un precio estable y asequible.

Siendo la aceituna una producción agrícola mayoritariamente de secano, se producen oscilaciones en el volumen cosechado totalmente imprevisible y ligada a las condiciones climatológicas, así como a las propias características del olivar (vecería).

–Media de producción 1998/99-2002/03: 941,10 miles de toneladas

–Máxima cosecha, en 2001/02: 1.413,40 miles de toneladas

–Mínima cosecha, en 1999/2000: 669,10 miles de toneladas

La demanda interna y la exportación mantienen una línea ascendente del 6% anual desde la campaña 1995/96, que al enfrentarse a variaciones significativas de la oferta crean situaciones de desequilibrio en el mercado, provocando efectos no deseados en la formación de los precios.

Esta volatilidad en los precios repercute a lo largo de la cadena de comercialización

siendo sus efectos perjudiciales de cara al consumidor que exige un producto sano y seguro a precios estables a lo largo del año. Las actuales exigencias de seguridad de los alimentos, con el consiguiente control de todo el proceso productivo en el campo, recolección y transporte, la implantación del sistema APPCC en las almazaras y el cumplimiento de la normativa medioambiental, únicamente será posible con empresas rentables que soporten los costes derivados del control y seguimiento de los procesos.

Para la resolución de las debilidades que presenta el sector UPA apuesta por la puesta en marcha de la Extensión de Norma, que tendrá los siguientes objetivos:

- Mediante la **promoción**, aumentar el consumo valorizando el producto en comparación con otras grasas vegetales y mejorando la información del consumidor nacional y extranjero.



- > Mediante la **cooperación para ordenar** el mercado, dando transparencia al mismo mediante el conocimiento de los datos de producción, comercialización, y existencias de almazaras, operadores, refinerías, envasadores y exportadores. Así podrá obtenerse una transparencia imprescindible para el buen funcionamiento de un mercado y un elemento relevante en la toma de decisiones de comercialización.
- > Con la **financiación de líneas de investigación** sobre los beneficios del consumo de aceite de oliva, apoyarse en argumentos que beneficien la introducción o potencien el consumo de países no productores, y cualesquiera otras en favor de la mejora de la calidad, la seguridad alimentaria y el respeto al medio ambiente.

■ Promoción del aceite de oliva

La promoción debe dirigirse a dos mercados claramente diferenciados: España como país productor y consumidor, y hacia países no productores.

La publicidad y las acciones de promoción se orientarán al consumidor final, a los responsables de compras de la distribución y restauración y a los creadores de opinión en el mundo gastronómico, mediante directrices y actividades específicas para cada destinatario.

En todos los casos la juventud deberá ser un grupo objetivo importante de los mensajes por su preocupación por la salud, su creciente capacidad adquisitiva, su participación en un nuevo estilo de vida vinculado a dietas sanas y variadas, su permeabilidad a los mensajes publicitarios y su capacidad para crear formas de comportamiento que la acompañan a lo largo de su vida.

■ Cooperar para ordenar y estabilizar el mercado dando transparencia al mismo

La transparencia del mercado está asegurada en estos momentos a través de la información que facilita la Agencia para el Aceite de Oliva al sector, siendo suficiente con pequeñas modificaciones en la información que actualmente proporciona este organismo como son datos relativos al envasado, refinado, y datos de existencia de envasadores, exportadores y otros operadores comerciales.

Sin embargo, dado que la continuidad de la



Agencia no está asegurada, tenemos que garantizar que esa información siga llegando al sector. Hay que asegurarse que todos los agentes que componen el sector proporcionen una información fidedigna. Por ello, la totalidad de las almazaras, operadores comerciales, envasadores y exportadores, deben quedar obligados mediante extensión de norma a remitir su información al organismo encargado para su posterior procesado y difusión de manera agregada.

El organismo encargado preferentemente debería ser la Agencia para el Aceite de Oliva, y en su defecto, si su continuidad no fuese posible la propia Interprofesión, que habilitaría los mecanismos necesarios para asumir esta actividad.

Los datos a remitir por cada uno de los agentes afectados son: existencias iniciales, producción, entradas, compras, salidas, ventas y existencias finales.

Puesto que la extensión de norma obliga a la aportación económica de los diferentes operadores del sector, es imprescindible el control por un Organismo autorizado que venga respaldado legalmente por la necesaria normativa legal para el normal funcionamiento de la interprofesión.

■ Financiación de líneas de investigación

El aceite de oliva no se puede considerar únicamente un alimento, pues de acuerdo con solventes estudios de reconocido prestigio aporta importantes mejoras en la salud. Debemos profundizar en estos conoci-

mientos con los avances científicos en el ámbito sanitario y descubrir sus aplicaciones ante los nuevos problemas de salud, obesidad, inmunología, etc.

Investigar nuevas técnicas de producción y transformación de la aceituna, respetuosas con el medio ambiente, mejorar los procesos que aumenten la seguridad alimentaria, descubrir nuevas aplicaciones del aceite de oliva ampliando las posibilidades de consumo, son líneas de investigación a abordar por la Interprofesión de acuerdo con las prioridades presentadas en cada presupuesto

En el desarrollo de estas investigaciones se deben involucrar instituciones científicas nacionales e internacionales. Al tiempo se debe crear un mecanismo de difusión de los descubrimientos observados para su conocimiento entre los destinatarios de éstos.

UPA entiende que las futuras aportaciones económicas vía extensión de norma debe recaer a lo largo de toda la cadena, desde la producción, al envasado y la importación. Creemos que el sector productor debe ser uno de los sectores claves en la financiación de las medidas anteriormente descrita, pero entendemos que no lo debe ser en menor grado que el resto de elementos del sector del aceite de oliva, por esto UPA apuesta por que las aportaciones económicas no se realicen en un único punto de la cadena sino que se hagan del siguiente modo:

- > **Almazaras:** cada almazara contribuirá a la Interprofesión aportando una cantidad por tonelada de aceite de oliva producido en cada campaña afectada por la extensión de norma. Los ingresos se efectuarán mensualmente conforme vayan realizando la primera comercialización a granel.

- > **Importador:** los importadores aportarán la misma cantidad por tonelada de aceite de oliva importado, que la producción, independientemente del tipo de que se trate. Estas cantidades se ingresarán mensualmente, conforme se realice la primera comercialización de ese aceite a granel.

- > **Envasador:** cada envasador aportará la misma cantidad que los subsectores anteriores por tonelada de aceite de oliva envasado que se ingresará mensualmente conforme se vaya realizando la comercialización de ese aceite.

Las empresas que realicen varias actividades como producción y envasado o importación y envasado aportarán en cada uno de estos procesos industriales. ■