La WOOE finaliza con un crecimiento del 30% en visitantes profesionales y la participación de 120 almazaras

La World Olive Oil Exhibition (WOOE), que se celebró en el Pabellón 1 de Ifema (Madrid) los días 2 y 3 de marzo, registró en su quinta edición un crecimiento del 30% en el número de visitantes profesionales respecto al año anterior y sirvió como impulso comercial a las 120 almazaras, cooperativas y empresas oleícolas participantes.

[TEXTO: Cristina Revenga Palacios]

En el encuentro se dieron cita una gran variedad de empresas oleícolas, confirmando varias de ellas el alto número de contactos comerciales realizados con compradores internacionales, "muy superior en comparación con otras ediciones u otras ferias del sector", según destacaron sus organizadores.

La feria centró sus esfuerzos en la captación de compradores de todo el mundo, especialmente de la distribución alimentaria de grandes superficies, de jefes de compra de supermercados y cash & carry, y de compradores multiproducto. Junto a ellos también estuvieron los grandes compradores de envasado y granel de todo el mundo, además de propietarios de tiendas gourmet de diversos países y de pequeñas cadenas de supermercados.

Y es que la quinta edición de la WOOE sirvió también para confirmar una tendencia creciente en los mercados internacionales, que cada vez se decantan más por los aceites de oliva vírgenes extra. Durante esta edición, los compradores internacionales llegaron desde 53 países de todo el mundo.

Conferencias

Una de las fortalezas de la feria es la apuesta por el debate y la reflexión, a través de la organización de conferencias, que contaron con la participación de prestigiosos profesionales de todo el mundo y a las que asistieron más de 1.000 personas.

Así, entre otros, durante la primera jornada intervinieron Aris Kefalogiannis, fundador y director de la empresa Gaea Products de Grecia, quien impartió la ponencia "el mercado de Estados Unidos después del reportaje *60 minutos* de la CBS TV y cómo los acontecimientos en este país podrían alterar el comercio internacional".

Posteriormente, Juan Vilar, vicepresidente de GEA Iberia, analizó el sector internacional del aceite de oliva y la evolución del comercio con especial hincapié en los nuevos productores. Vilar subrayó que el aceite de oliva ya se consume en 169 países de los cinco continentes, una cifra que se desprende de un estudio elaborado por la firma y que revela que el consumo de aceite de oliva a nivel internacional se ha elevado un 6,4% en la última década, mientras que la producción se ha incrementado en un 3,3% en el mismo periodo.

El vicepresidente de GEA Iberia puso de relieve que más del 80% de todo el aceite de oliva se consume en países productores, aunque existen otros países no productores como Reino Unido, Alemania, Canadá y Rusia que acumulan el 6% del consumo total. "Estados Unidos es una importante referencia, ya que supone el mayor consumidor de

aceite de oliva fuera del ámbito mediterráneo, con un 10% del total, y crecimientos sostenidos en los últimos años del 22%", explicó.

En cuanto a las tendencias internacionales, Vilar expuso que en la última década se han producido incrementos de la demanda muy significativos en Rusia, Arabia Saudí, Japón o China, que llegan a alcanzar cifras del 200%.

Asimismo, Juan Ramón Izquierdo, químico, oleicultor y catador de aceite de oliva, trató la calidad organoléptica del aceite de oliva virgen y su valoración. Durante su intervención, Izquierdo explicó que el aceite de oliva virgen, como zumo de aceituna que es, posee atributos sensoriales que permiten al consumidor interaccionar con él. "El aceite, como estructura química, no tiene olor ni sabor, por lo que las características organolépticas son las que definen su calidad, que debe ser puesta de manifiesto mediante el panel test", precisó. Esta herramienta, a su juicio, no pretende describir el aceite de oliva virgen desde un punto de vista sensorial, sino únicamente clasificarlo de acuerdo a los criterios establecidos en la legislación vigente con objeto de verificar la clasificación que el productor o el envasador ha indicado. En última instancia, según este experto, lo que se pretende es el cumplimiento del reglamento comuni-

Aris Kefalogiannis, director de la empresa Gaea Products de Grecia.

Este encuentro está enfocado a potenciar la comercialización de los aceites de oliva envasados y a granel.

Los responsables de Pomona Keepers, Otilia Romero de Condés y Vicente Migallón, junto a Pedro Palacios Gómez, de GlobalCaja (en el centro de la imagen).

tario del etiquetado y la defensa de los derechos del consumidor. "No debe confundirse la función del panel test, que es el control oficial, con la función que hacen los catadores de aceite de oliva virgen en los concursos y premios a la calidad, en los que se ha de analizar el aceite en su conjunto, desde un punto de vista también sensorial", aseguró.

Por su parte, Agustí Romero, investigador del Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentaria (IRTA), expuso el programa que desarrolla desde hace más de 15 años este organismo en la mejora de la calidad de los aceites de oliva en las principales zonas oleícolas catalanas. En dichos programas han participado más de 50 almazaras de las cinco zonas oleícolas catalanas (Baix Ebre-Montsià, Empordà, Garrigues, Siurana y Terra Alta), e involucrado a más de 40.000 hectáreas de olivar.

Según detalló Romero, aunque cada actuación se diseña a medida de cada operador, la finalidad última consiste en la mejora de la calidad global y la competitividad de los aceites de oliva vírgenes producidos. Sin embargo, cada zona olivarera persigue objetivos concretos tales como el incremento de la disponibilidad de lotes envasables con el distintivo DOP, la mejor gestión de las bodegas o la selección de lotes para mercados tipo gourmet.

Por otra parte, el investigador afirmó que el IRTA diseña experiencias orientadas a la resolución de problemas generales para varias zonas, como la gestión de aguas de lavadora, el estudio de compuestos volátiles responsables de defectos sensoriales atípicos, el desarrollo de técnicas estadísticas de apoyo al diseño de *blends* o el diseño de un analizador portátil para la detección rápida de residuos pesticidas y metáles en el aceite (proyecto europeo FP7-ICT-BIOFOS).

En esta ponencia, expuso cómo el IRTA desarrolla dicho programa mediante visitas técnicas durante la campaña, realizando controles y toma de muestras, y a través del análisis e interpretación de los parámetros determinantes de las características del aceite de oliva virgen.

Romero remarcó que la colaboración entre la investigación y el sector productor es un instrumento clave para la mejora de la comercialización del aceite. Además, la participación en estos programas sectoriales permite a los investigadores identificar cuáles son las líneas de investigación y desarrollo más importantes a corto, medio y largo plazo.

La jornada finalizó con la ponencia "Tendencias en el mercado sudafricano del aceite de oliva", a cargo de Andries Rabie, productor e importador de aceite de oliva en Sudáfrica.

En el encuentro también participó Francisco Vañó, presidente del Consejo Social de la Universidad de Jaén (UJA), quien habló sobre la vinculación de este centro docente con el sector del aceite de oliva. Vañó precisó que la UJA trabaja por el desarrollo del sector oleícola en tres líneas fundamentales: investigación en torno al olivar y el aceite de oliva, transferencia del conocimiento, y formación de equipos humanos. En la actualidad, existen en el centro 119 grupos de investigación y en 39 de ellos se investiga sobre cuestiones

Juan Vilar, vicepresidente de GEA Iberia.

En la imagen, Juan Ramón Izquierdo, químico, oleicultor y catador de aceite de oliva; Santiago Botas, director de la WOOE; y Agustí Romero, investigador del IRTA.

Andries Rabie, productor e importador de aceite de oliva en Sudáfrica.

Francisco Vañó, presidente del Consejo Social de la Universidad de Jaén (UJA).

José Manuel Bajo Prados, secretario general de la Sectorial Nacional del Aceite de Oliva Virgen Extra.

relativas al olivar y al aceite de oliva tales como el cultivo y el cuidado del olivar, la recogida de aceituna, la extracción del aceite de oliva, el aprovechamiento de los residuos agrícolas generados en el proceso, la comercialización, venta y distribución del aceite elaborado y sus propiedades beneficiosas para la salud.

A su vez, en materia de formación, el centro cuenta con el Programa de Doctorado en Aceite de Oliva; el Máster Oficial en Olivar, Aceite de Oliva y Salud; el Título de Experto Universitario en Cata de Aceites de Oliva Vírgenes; diversos títulos propios de especialización en el sector del olivar y el aceite de oliva; y ofrece otras activi-

Catas de AOVEs de diferentes países productores

En el marco de la World Olive Oil Exhibition también se realizaron catas de aceites de oliva vírgenes extra de diversos orígenes, variedades y regiones productoras tales como Japón, Australia, Grecia, Uruguay o Italia.

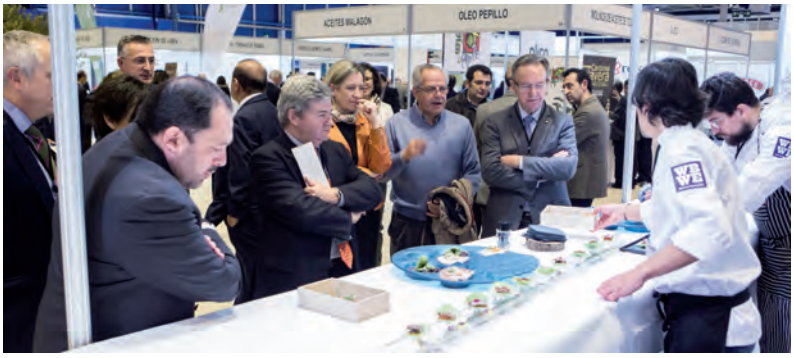
Toshiya Tada, director de Olive Oil Japan, ofreció una cata de los aceites de oliva de Japón.

Leandro Ravetti, director técnico de la empresa australiana Boundary Bend, la mayor productora de aceite de Australia, realizó un análisis del mercado australiano de aceite de oliva.

También se celebró "la experiencia de quesos, cocktails y Arbequina & Co; aceites arbequinos y esenciales de flores frutas y plantas", a cargo de Ana González, de Castillo de Canena Olive Juice.

Mª Paz Aguilera, experta en AOVE y jefa del Panel de Cata de Citoliva, impartió la cata "Citoliva Gold Experience: Cata maridaje de los aceites Jaén Selección".

Antonio Ruano, director general de Intelec.



En el *Gourmet Area*, el chef Kike Piñeiro llevó a cabo demostraciones de platos elaborados con aceite de oliva.

En el espacio *Delicatessen with Olive Oil* se pudo conocer cómo se trabaja con los aceites de oliva en la elaboración de productos delicatessen tales como chocolates, patatas fritas, alimentos preparados o cosméticos.

dades como cursos, jornadas y seminarios relacionados con el sector, además de servicios científicos-tecnológicos que abarcan diversas áreas relacionadas con el aceite de oliva.

Finalmente, entre otros ponentes, también intervinieron José Manuel Bajo Prados, secretario general de la Sectorial Nacional del Aceite de Oliva Virgen Extra, quien analizó el presente y futuro de las DOPs españolas; Antonio Ruano, director general de Intelec, que abordó la eficiencia energética como mejora de la competitividad empresarial en el sector oleícola; y Tim Bucciarelli, comprador de aceites de Formaggio Kitchen, que impartió la conferencia "El aceite de oliva en los Estados Unidos: informe de un detallista".

Oil Bar y Gourmet Area

Una de las áreas más significativas de la WOOE fue el Oil Bar, un espacio de cata libre para profesionales, donde este año se realizaron más de 20.000 degustaciones de los diversos aceites de oliva participantes.

La organización del encuentro resaltó el creciente interés que despertaron los AOVEs ecológicos, sobre todo de cara a los mercados internacionales, un protagonismo que estudiarán con vistas a la sexta edición, con la creación de un espacio exclusivo para este tipo de zumos.

También adquirió protagonismo el espacio *Delicatessen with Olive Oil*, un rincón en el que los compradores multiproducto pudieron ver cómo se trabaja con los aceites de oliva en la elaboración de productos delicatessen (chocolates, patatas fritas, alimentos preparados o cosméticos); y el *Gourmet Area*, donde se realizaron demostraciones culinarias y degustaciones de platos elaborados con aceites de oliva a cargo del chef Kike Piñeiro, co-propietario del restaurante A Horta d'Obradoiro (A Coruña).

En esta ocasión tan especial, en homenaje al quinto aniversario del encuentro, el cocinero gallego elaboró un menú en el que el aceite captó la atención de los comensales a través de los cinco sentidos. El menú, "AOVE con los 5 sentidos", ofreció un recorrido sensorial en cinco tapas donde se pudo sentir y disfrutar el aceite de oliva.