

Ana María Romero, sobre la Feria de Montoro: “Este año habrá más participación internacional gracias al apoyo de Extenda”



La Presidenta del Consorcio de la [Feria del Olivo](#), Alcaldesa de Montoro y Presidenta de AEMO ([Asociación Española de Municipios de Olivo](#)), Ana María Romero Obrero, en una entrevista para [ecomercioagrario.com](#) ha respondido a varias cuestiones sobre la Feria del Olivo, que se celebrará entre el 16 y 19 de mayo en la localidad cordobesa, la feria del "producto más emblemático, de la columna vertebral del sector agroalimentario andaluz y cordobés".

¿Cómo ve usted las expectativas de este año? ¿Qué diferencias encontramos este año con respecto a pasadas ediciones?

Esta edición va a tener un carácter multidisciplinar en cuanto al público objetivo al que se dirige. *En sus inicios comenzó como una Feria de exposición de maquinaria, pero con el paso de las ediciones se ha ido enriqueciendo contenido y atesorando fidelización de diferentes colectivos.*

La Feria del Olivo sigue siendo cita ineludible para que empresarios como fabricantes de maquinaria para el cultivo y almazaras presenten sus novedades, pero también tienen cabida para otros actores del mercado, con gran participación e interés en las jornadas técnicas donde se invita a que participen en un foro de reflexión y puesta en común de ideas en torno al sector oleícola. Además, la Feria es una cita apremiante para los amantes del AOVE y para el público en general que como consumidor puede conocer mejor el sector y sus diferentes matices.

Por otro lado, se contará con una notable presencia internacional por medio de *Extenda* (Agencia Andaluza de Promoción Exterior), que ejercerá una importante misión comercial que irá destinada a empresas del sector de la industria auxiliar del olivar. El objetivo principal será mostrar la oferta oleícola andaluza y captar oportunidades de negocio con importadores, representantes, distribuidores, o fabricantes de países como Argelia, Perú, Chile, Marruecos, Perú, Turquía y Túnez. Asimismo, se impulsará la presencia de expositores que ya en la edición anterior procedían de Alemania, Francia, Italia, Portugal, Suecia y Turquía.

En la pasada edición de la feria, el volumen de negocio que realizaron los expositores alcanzó aproximadamente los 7 millones de euros, ¿qué previsiones tienen para este año?

Las expectativas son positivas, contando con más participación internacional que en anteriores ediciones gracias al apoyo de Extenda desde la Consejería de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía, empresa pública de la Junta de Andalucía encargada de establecer relaciones comerciales con países europeos y como novedad este año: Marruecos, Chile, Argelia y Perú, por lo que el volumen de negocio se verá aumentado respecto a otros años gracias a estas operaciones de negocio. El sector está en alza.

Además, también se tendrá en cuenta la diversificación de las empresas participantes en la Feria, y se verá en la oferta de aceites vírgenes extra cada vez mejores, con la excelencia como bandera y diferenciando los zumos por variedades, características organolépticas, matices, etc. También los aceites ecológicos abrirán el abanico de nuestra oferta hacia un público más exigente y en ello debemos ahondar, especialmente los pueblos olivareros de sierra que se adaptan más a ello.

Con la celebración de esta nueva convocatoria de la Feria, ¿qué mensaje quiere transmitir en edición a la población y al sector oleícola en general?

Que no se pierdan un evento de estas características, enclavado en un municipio patrimonial y olivarero como Montoro, punto de encuentro y sede de todo el sector oleícola. El objetivo en Córdoba es claro: apostar de forma excelente, dinámica y profesional por identificarnos como provincia Patrimonio de la Calidad. Y el producto más emblemático, columna vertebral del sector agroalimentario andaluz y cordobés, es el aceite de oliva. Es prioritario fomentar la colaboración entre las denominaciones de origen cordobesas y no la competencia, defendiendo cada una sus singularidades; avanzar en producción, calidad y comercialización; promover la internacionalización a través de proyectos conjuntos de colaboración, así como fortalecer la

innovación en la obtención de nuevos productos, modos de producir, comercializar y de marketing.

Por tanto, valoremos el fruto del olivo desde donde lo producimos, hagamos que tenga un precio digno y suficiente para que su cultivo tenga continuidad, y todo ello pasa por una estrategia necesaria: produzcamos calidad, apostemos por el virgen extra, que es la máxima categoría, la que de verdad atesora los valores saludables y gastronómicos, convenzámonos de que es un zumo de fruta y los zumos ricos y saludables siempre se han extraído exprimiendo frutos sanos, molturemos adecuadamente, que se imponga la cultura de la molturación, la del siglo XXI, la que trata la aceituna como lo que es... un fruto fresco.

¿Qué significa el aceite para la provincia?

Situándonos en un ratio temporal de dos años, *la provincia de Córdoba ocupa en segundo lugar la producción de aceite de oliva a nivel mundial durante el ejercicio de 2017*. Esto supone un balance comercial positivo que alcanza ventas por un valor de 587 millones de euros (un 25,12% más que en 2016), lo que supone un 22,9% del total del total de producto exportado de nuestro país total según datos registrados por la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Córdoba.

Los principales países a los que va destinada la producción de aceite cordobés son Italia, Estados Unidos, Portugal, Francia, India China, Japón, Canadá y Reino Unido, aunque también cabe destacar las recientes relaciones con países como Turquía, Túnez o Marruecos; con lo cual, puede decirse que el aceite de oliva producido en nuestra provincia trasciende fronteras de forma excelsa.

Estos datos reafirman el aumento de volumen de negocio que se da durante los cuatro días de duración de la Feria y que venimos observando con fuerza desde la edición anterior. Hay gran presencia internacional y se nota. El interés por el oro líquido de nuestra tierra marca la diferencia mundial y ha reactivado el motor de la economía nacional.

¿Cuál cree que es la clave para que la comercialización del aceite de oliva mantenga un nivel al alza?

Estamos en una época donde la optimización de costes es una prioridad para hacer un sector competitivo y en este sentido la mecanización resultará vital en los próximos años. Hay que producir calidad y hacerlo de forma racional y medioambientalmente sostenible. Nos situamos ahora en la era de la obtención de aceites vírgenes extra de la máxima calidad, el consumidor mundial lo exige y el productor y transformador deben servírselo.

También hay que destacar que se está produciendo un aumento de volumen de negocio internacional y exportaciones y venimos observando con fuerza como batimos record. Hay gran presencia internacional y se nota. El interés por el oro líquido de nuestra tierra marca la diferencia mundial y ha reactivado el motor de la economía nacional.

¿Con qué patrocinadores han contado?

La Feria del Olivo cuenta con un notorio respaldo a lo largo de toda su trayectoria por parte de la Junta de Andalucía a través de la Consejería de Agricultura y Pesca y de la Consejería de Economía y Conocimiento ; también cuenta con el apoyo de la Diputación de Córdoba, de la Asociación Española de Municipios del Olivo, de la entidad financiera Caja Rural de Jaén, de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero, del Grupo de Desarrollo Sierra Morena, de la D.O. Montoro-Adamuz y de todos aquellos que de diferentes formas movilizan iniciativas económicas de interés social, promocionan los contactos e intercambios comerciales y acercan la oferta y la demanda dentro del sector agrícola de mayor importancia, el olivarero.

A pesar de que se ha ganado en la difusión del aceite de oliva, con términos como AOVE presente en anuncios, catas y recetas, ¿han alcanzado consumidores y profesionales el conocimiento adecuado de este alimento?

Nosotros desde AEMO creemos que el futuro está en la producción de un aceite de calidad, por tanto nuestras acciones van dirigidas a potenciar y difundir los modos de producción más sostenible pero siempre ligada a la excelencia. También el futuro pasa por la educación del consumidor y en acciones destinadas a formarlo en la cultura del virgen extra.

¿Cuáles son las principales preocupaciones del sector y como cree que se deberían acabar con ellas?

Una de las principales preocupaciones es la bajada de precios en el aceite, que podría llegar a la desvalorización del producto. En primer lugar se trata de una cuestión de confianza del propio sector en su producto. Si el consumidor mundial nos ha demostrado que está dispuesto a pagar un precio digno por el aceite de oliva, que no sea el propio sector el que venda por debajo de costes, tenemos que creérnoslo y tenemos que hacer valer el oro líquido.

Dicho esto, es ley de mercado que cuando las producciones son mayores el equilibrio entre la oferta y la demanda tiende a bajar el precio de cualquier bien, y ante esto todo el sector, dentro del marco legal, debería articular mecanismos de autorregulación entre campañas. El olivo es vecero por definición y por tanto deberíamos establecer mecanismos para que compensemos las campañas cortas con los excedentes de las campañas más productivas. En ese sentido *vamos a dedicar las jornadas técnicas de la Feria del Olivo a reflexionar en la racionalización de los costes y en la autorregulación de la cosecha donde está la rentabilidad futura y estable del sector oleícola español y sobre eso debatiremos.*

TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR:

[??XIX Feria del Olivo de Montoro. Córdoba](#)

