

"El equilibrio entre la demanda y el consumo evitará tensiones en el precio del aceite"



El director ejecutivo del [Consejo Oleícola Internacional \(COI\)](#) abrirá el ciclo de conferencias que tendrá lugar en la World Olive Oil Exhibition que se celebrará en Madrid los días 18 y 19 de marzo.

Después de cuatro años al frente del COI y tras una larga trayectoria presidiendo diferentes consejos de administración y dirigiendo varios departamentos del Ministerio de Agricultura tunecino, no hay duda de que Abdellatif Ghedhira es una de las personas más relevantes dentro del sector del aceite de oliva. Su ponencia “ **El sector mundial del aceite de oliva en cifras**” será la que abra el ciclo de World Olive Oil Exhibition que se celebrará en Madrid los días 18 y 19 de marzo. Hablamos con él sobre la situación actual del sector.

Este año países como Túnez, Grecia, Italia y Portugal han aumentado su producción de aceite de oliva, ¿cómo va a afectar esto en otros mercados?

El aumento de producción en dichos mercados implica que también aumente sus exportaciones a los principales mercados importadores, siendo estos Australia, Brasil, Canadá, China, Japón, Rusia, Estados Unidos y la Unión Europea. Los principales países proveedores de estos mercados son España (52,5%), Italia (15,7%), Portugal (8,12%), Túnez (8,0%) y Grecia (6,5%).

Probablemente España será el país al que más le afecten estos cambios: se prevé una importante reducción del 31,3% en su producción en el año agrícola 2019/20; lo cual posiblemente conllevará una disminución de la cuota de mercado, tal y como ya ha ocurrido en anteriores campañas.

El COI ha realizado campañas de promoción del aceite en Estados Unidos, Japón y China. ¿Por qué en esos países y qué resultados se han obtenido por ahora?

Desde los años 90, el COI viene organizando campañas promocionales en países que tradicionalmente no eran consumidores, lo que ha sido crucial para incrementar el consumo. A partir del nuevo Acuerdo Internacional, el COI ha abierto sus puertas no solo a países productores, sino también a consumidores, llevando a cabo campañas promocionales y de información para acercar estos países al COI e informarles sobre las normas comerciales del COI.

En nuestra opinión, las campañas están alcanzando sus objetivos, aunque todavía hay mucho por hacer. Así, Estados Unidos ha empezado a participar como observador en reuniones del COI y también está interviniendo en distintas reuniones de grupos de expertos; Japón, que se no contaba con ningún laboratorio ni con paneles para análisis sensorial ya tiene un par de ellos y tiene un equipo que está desarrollando una nueva norma comercial para los aceites de oliva conforme a los estándares del COI.

Durante estos años, el COI ha contribuido a expandir el aceite de oliva por todo el mundo. ¿Qué resultados se han obtenido y cuál es la perspectiva de futuro?

En los últimos años, el COI ha llevado a cabo numerosas actividades en muchas partes del mundo en donde antes no había divulgación sobre el aceite de oliva y todo esto ha traído consigo que nuevos países accedan a la organización y que las solicitudes por parte de otros aumenten y que haya una mayor concienciación sobre los beneficios del aceite de oliva y un creciente interés global en el sector oleícola, especialmente en zonas que tradicionalmente no son consumidoras.

En lo que respecta al futuro, estamos llevando a cabo un estudio sobre el aceite de oliva y el respeto al medioambiente.

¿A qué cree que se debe que se haya estancado el consumo en países productores como España o Italia?

La crisis económica y los cambios en los hábitos de consumo de nuevas generaciones podrían ser dos de los motivos. No obstante, este año el COI comenzará un estudio sobre el comportamiento del consumidor que se elaborará a lo largo de tres años y en diferentes países, empezando en España, Italia y Grecia, en donde ha habido un descenso considerable del consumo desde la campaña 2004/05.

¿Cuál es el futuro del mercado del aceite de oliva? ¿Hacia dónde debería dirigirse?

La producción está aumentando debido a que se están plantando nuevos olivares y se están recuperando otros ya existentes. Además, el uso de nuevas plantaciones extensivas y semi-intensivas con elevada densidad de árboles por hectárea ayuda a que crezca. La producción media está creciendo en paralelo al consumo. Resulta evidente que existen periodos en los que el consumo excede a la producción, lo cual corrobora la subida de la demanda mundial y la necesidad de una mayor producción, que busque un equilibrio con el consumo para evitar tensiones sobre el precio. También se tienen que implementar nuevas medidas para aumentar el consumo, recuperar la confianza del consumidor, tener en cuenta a los nuevos países emergentes importadores e incrementar la demanda de los ya existentes. En cualquier caso, hay una tendencia positiva a largo plazo tanto con respecto al consumo como a la producción.