



"Para mucha gente, una aceituna no es más que un humilde bulto en el fondo de un Martini. Sin embargo, una ojeada más cercana revela un retrato en miniatura de las regiones más ricas del mundo. Los olivos han lubricado las ruedas de la civilización desde que Jericó elevaba sus muros y la Grecia antigua era la noticia del día. Pero son algo más sencillo que todo eso: la próxima vez que brille el sol y que los tomates estén maduros, toma un trozo de pan, espolvoréalo con tomillo fresco y piensa con qué lo mojarás. Este es mi caso"
Mort Rosenblum

Portada

"Aliña tu vida con aceite de oliva" no ha sabido transmitir al consumidor el principal argumento comercial del producto: su inmenso potencial saludable
El aceite de oliva virgen se confirma como el producto alimentario con los más potentes argumentos científicos para su comercialización, pero estos argumentos hay que saber integrarlos en las campañas de comunicación que además de diseño deben transmitir, ante todo, un claro mensaje

Noticias del Sector

Las ayudas al almacenamiento privado de aceite de oliva se podrán solicitar a partir del 1 de julio. Tras su confirmación el mercado al contado y de futuros se mantienen firmes y al alza

El Comité de Gestión para los Mercados Agrícolas de la UE aprueba definitivamente la medida y se establece una cantidad mínima de 50 Toneladas por operador para acceder a la subvención

La Asociación Provincial de Almazaras de Jaén aboga por la creación de una Denominación de Origen para el aceite de marca blanca

Sin comentarios

Aceites nacionales se presentan en el I Forum de Aceite de Oliva Español en Miami, dentro de la Feria Gastronómica Mediterranean Experience

Organizado por Alcuza y Mercado del Dinero USA, el evento tuvo lugar del 26 al 28 de mayo bajo el lema "negocio saludable"

AEMO News

Niños catadores: Ecotrampa contó con una versión infantil del Concurso

26 alumnos de sexto de primaria del CEIP Juan Valera de Cabra, adiestrados por Brígida Jiménez, formaron el primer jurado infantil de un Concurso. Su veredicto coincidió con el del Jurado de expertos de Ecotrampa 2009

“Aliña tu vida con aceite de oliva” no ha sabido transmitir al consumidor el principal argumento comercial del producto: su inmenso potencial saludable

El aceite de oliva virgen se confirma como el producto alimentario con los más potentes argumentos científicos para su comercialización, pero estos argumentos hay que saber integrarlos en las campañas de comunicación que además de diseño deben transmitir, ante todo, un claro mensaje

No nos cabe duda de que la Interprofesional tiene las mejores intenciones y está formada por profesionales que conocen perfectamente el Sector, pero la primera campaña nacional puesta en marcha en España, en nuestra opinión, se ha centrado en las formas y ha descuidado el contenido.

Los creativos, a la hora de diseñar una acción comercial buscan la rima, los tonos pegadizos, el mensaje fácil y moderno y es que transmitir un mensaje en 10 segundos no es fácil, pero a los creativos también hay que dejarle claro lo que se quiere transmitir.

En primer lugar el título de la campaña se centra en la palabra aliñar, que es una acción culinaria que ya se hace con aceite de oliva (virgen) en más del 95% de las casas españolas. Todos sabemos que la solución para el aumento del consumo no pasa sólo por aliñar, sino más bien por el uso integral del aceite de oliva en la cocina con su uso en guisos, fritura, aderezo de salsas y alimentos en crudo, etc. Es decir la campaña debería incitar al uso generalizado del aceite de oliva en la cocina. Además si hablamos de aliñar, nadie duda de que debería de hacerse con virgen que es el que aporta olor y sabor a las verduras, por tanto tampoco parece acertado transmitir el aliño con aceite de oliva a secas.

Por otra parte, aunque se hace alguna mención en algunas cuñas, las cualidades saludables del aceite de oliva no son el argumento central de la campaña. El aceite de oliva es el mejor alimento funcional por sí mismo y contiene los componentes favorables de forma natural, diversos estudios demuestran que cuando se aportan estos componentes en su estado original su absorción por el cuerpo humano es más efectiva que cuando se adicionan a otros alimentos base.

En una época donde los alimentos funcionales están de moda y las casas comerciales atacan ferozmente con lácteos, margarinas, bebidas, etc a los que se les adicionan los omega 3, antioxidantes y tantos componentes con bondades, deberíamos transmitir al gran consumidor que el aceite de oliva los tiene de forma natural, es decir es un alimento funcional naturalmente. Éste en nuestra opinión es el mensaje que debemos transmitir en estos momentos y es la idea que debemos brindar a los creativos para que con estos argumentos diseñen sus campañas.

Las ayudas al almacenamiento privado de aceite de oliva se podrán solicitar a partir del 1 de julio. Tras su confirmación el mercado al contado y de futuros se mantienen firmes y al alza

El Comité de Gestión para los Mercados Agrícolas de la UE aprueba definitivamente la medida y se establece una cantidad mínima de 50 Toneladas por operador para acceder a la subvención

Los países de la Unión Europea (UE) han dado el visto bueno a la concesión de ayudas para el almacenamiento privado de aceite de oliva, en julio, con el fin de paliar los problemas de este sector por los bajos precios, informó el portavoz comunitario de Agricultura, Michael Mann.

El Comité de Gestión de la UE -formado por expertos de los Veintisiete- ha respaldado la propuesta de la Comisión Europea (CE) para reactivar o "abrir" esa medida de intervención, según la cual las almazaras retiran aceite del mercado para contener la oferta y a cambio reciben una prima.

La UE ha autorizado que los productores almacenen un máximo de 110.000 toneladas de aceite de oliva "virgen" y "virgen extra" durante un período de 180 días.

El portavoz ha señalado que tras el voto del Comité se abrirán licitaciones, con el fin de que los operadores soliciten el almacenamiento y la ayuda para un volumen determinado.

Habrà una primera convocatoria, en la que los interesados deberán presentar sus solicitudes entre el 1 y el 6 de julio y una segunda, entre el 7 y el 16 de julio.

Las ofertas para la primera serán examinadas por el Comité de Gestión de la UE del 9 de julio y las de la segunda, en una reunión del día 23 de julio.

Los operadores deberán pedir como mínimo el almacenamiento de 50 toneladas y remitir sus peticiones a las autoridades competentes de España, Italia, Grecia, Francia ó Portugal. Para materializarlas deberán formalizar una fianza de 50 euros por tonelada.

En el caso de las solicitudes aceptadas, habrá una ayuda por tonelada de aceite y día de almacenado.

Bruselas propuso la medida acordada hoy en reacción a las peticiones de España y del sector, debido al descenso significativo y prolongado de los precios del aceite en la UE desde el principio de la actual campaña de comercialización.

Además, la CE consideró que en los mercados el aceite de oliva "virgen" y el "virgen extra" han cotizado por debajo de los montantes que -según las reglas de la UE sobre el sector olivarero-, sirven de referente para poner en marcha el mecanismo de almacenamiento privado.

Esos precios de referencia serían 1.779 euros por tonelada para el aceite de oliva virgen extra y 1.710 para el virgen.

"La CE continuará siguiendo de cerca la evolución del mercado del aceite de oliva", según fuentes comunitarias.

La medida ha llegado ahora y aunque es cierto que podría haberlo hecho antes, el Sector debería utilizarla, celebrarla y consolidar una oferta firme al alza, lejos de lamentarse de su tardanza y bajar los brazos ante los precios actuales.

La Asociación Provincial de Almazaras de Jaén aboga por la creación de una Denominación de Origen para el aceite de marca blanca

Sin comentarios

La verdad es que nos ha costado creer lo que leíamos, pero esta parece ser la opinión del Presidente de APAJ en declaraciones al medio de difusión digital Agrocope.

Siempre según Agrocope el Presidente de APAJ, Manuel Alfonso Torres, apuesta por una simplificación y reforma de las actuales denominaciones de origen. En este sentido explica que en Jaén el aceite es muy parecido: "verde, amargo, de color verde intenso y no existe esa diferencia, como por ejemplo, sí la hay con otras variedades de aceite u otras comarcas del país".

Según Torres, en España hay 30 denominaciones de aceite de oliva y "creo que habría que avanzar en la creación de alguna etiqueta de calidad para las marcas blancas de este producto".

"Si se envasa aceite de virgen extra para la comercializarlo como marca blanca en el supermercado, por qué no crear una DO que sirva para garantizar la calidad de esa marca del distribuidor", matiza Torres, ya que, argumenta, se trata de un aceite de calidad y esa etiqueta "le daría valor añadido".

Así, el presidente de APAJ advierte del uso que se debe hacer de las "herramientas que Europa nos puso en marcha en su día para proteger la calidad", tales como la creación de las DO, pero, afirma, que dada la situación actual del olivar y la deriva que está tomando "habría que pensar en que las DO podrían ser el paraguas para el olivar tradicional y menos productivo".

La UE concibe la Denominación de Origen como una protección de calidad de un producto cuya materia prima, forma de producción y tradición estén íntimamente ligadas a su territorio, es decir que se otorgarán siempre que exista una vinculación causal clara entre el producto y la zona de producción y que se demuestre que se trata de un producto con cualidades específicas que únicamente puede darle el medio que le rodea.

La proposición que nos ocupa es sorprendente y a todas luces contradictoria en su propia concepción, la marca blanca representa justamente el concepto contrario a un producto con denominación de origen, es lo genérico frente a lo específico, lo indeterminado frente a lo definido, descrito y datado, es como si quisiéramos denominar dulce a lo salado.

Y la segunda parte donde se propone que Europa cambie el concepto de DO para que así ampare a la marcas genéricas es también absurdo, sería la primera vez que un vocablo o concepto tomara la concepción de su antónimo por decreto ley o Directiva Comunitaria.

Se nos ocurre que a la hora de buscar el nombre de la denominación tendríamos que asumir, por ejemplo, "DO Aceite de Mercadona", y definir el aceite amparado como aquel que se expide en naves metálicas o edificaciones de hormigón en cuyo acceso deberá aparecer un luminoso con los caracteres "MERCADONA".

Estamos seguros de que se ha tratado de un desliz.

Aceites nacionales se presentan en el I Forum de Aceite de Oliva Español en Miami, dentro de la Feria Gastronómica Mediterranean Experience

Organizado por Alcuza y Mercado del Dinero USA, el evento tuvo lugar del 26 al 28 de mayo bajo el lema "negocio saludable"

Los días 28, 29 y 30 de mayo tuvo lugar en el Miami Beach Convention Center el I Forum de Aceite de Oliva Español en EE.UU. El evento se realizó con la intención de dar a conocer e informar de las bondades, las propiedades y beneficios del aceite de oliva para su consumo, como también para abrir las puertas a un "negocio saludable".

Miami, FL--El forum de tres días tuvo lugar en el Miami Beach Convention Center del 28 al 30 de Mayo con ocasión de la Mediterranean Experience de Miami, una feria de productos mediterráneos. El evento en su vertiente del aceite de oliva estuvo organizado por la revista Alcuza y contó con la participación de destacados panelistas como: Carlos Martínez de Aceites Valderrama, Honorio González Blanco de Arteoliva, Tim Harris de La tienda.com, Rosa Vañó de Castillo de Canena, Justo Parada de Castillo de Tabernas, Angela Fernández de Bobadilla del Grupo Acesur entre otros y destacadas empresas andaluzas (Grupo Acesur, Basilippo, Arteoliva, Castillo de Tabernas, Castillo de Canena).

Se contó con importantes patrocinadores CAJASOL, BANCO SANTANDER, CAJA RURAL DE TOLEDO y la colaboración del GRUPO ACESUR E IBERIA entre otros.

"Gracias a Alcuza, en España se han hecho jornadas como estas en tres ocasiones y vimos la demanda que hay en otros mercados emergentes como este de dar a conocer el producto. Elegimos hacerlo en Miami, como puerta de entrada al mercado americano, apoyados por los distintos sabores

latinoamericanos y para ello contamos con el apoyo de Mercado de Dinero USA". Explicó Carlos Tradacete organizador del foro.

Tradacete a su vez dijo que querían difundir las bondades del producto como sabor y propiedades saludables, que es cada vez más utilizado por importantes Chefs a nivel mundial.

"España es el mayor productor mundial de aceite de oliva", dijo Luis Pineda Salido, presidente de Ausbanc Internacional y editor de las publicaciones Mercado de Dinero y Alcuza (publicación dedicada al producto) al inaugurar el I Foro de Aceite de Oliva Español en el Miami Beach Convention Center.

"A diferencia de otros cultivos como los de cereales, los árboles de olivos pueden tener miles de años, soportar temperaturas extremas de frío o calor y siguen allí cada temporada para dar su fruto. Eso es un espectáculo para los ojos", añadió Pineda, quien anotó: "el aceite de oliva está avalado científicamente como uno de los alimentos más cardiosaludables".

Niños catadores: Ecotrama contó con una versión infantil del Concurso

26 alumnos de sexto de primaria del CEIP Juan Valera de Cabra, adiestrados por Brígida Jiménez, formaron el primer jurado infantil de un Concurso. Su veredicto coincidió con el del Jurado de expertos de Ecotrama 2009

El pasado Viernes, día 5 de junio, como preámbulo a ECOTRAMA, se celebró en el Patio Barroco del Palacio de la Merced, sede de la Diputación de Córdoba, la primera edición ECOTRAMA INFANTIL, un premio especial entregado por un jurado de niños que seleccionan el aceite más sabroso.

El jurado infantil ha estado compuesto por 26 alumnos de sexto de primaria del CEIP "Juan Valera", de Cabra y ha sido dirigido por Brígida Jiménez, directora del Centro de Investigación y Formación Agroalimentaria de Cabra.

Este grupo de niños ya están familiarizados con el aceite y sus variedades, ya que durante todo el curso ha realizado actividades relacionadas con el mundo del aceite y el olivar, dentro del Grupo de Trabajo "El Olivo. Raíz de nuestra cultura andaluza"

Los niños han catado los aceites presentados al concurso ECOTRAMA. El PREMIO ECOTRAMA INFANTIL ha sido para Almazara de la Subbética, por su aceite RINCÓN DE LA SUBBÉTICA ALAMODA, procedente de la Denominación de Origen Priego de Córdoba.

Este ha sido el mismo aceite seleccionado por el jurado de ECOTRAMA 2009