ANEO quiere situar "en el lugar que debe estar" al aceite de orujo de oliva



Noticias
e trata del segundo mejor aceite del mundo, después del de oliva, y que es ideal para la frituras

La **Asociación Nacional de Empresas de Aceite de Orujo de Oliva (ANEO)** ha avanzado que a finales de este año podría estar en funcionamiento la nueva Interprofesional, que tendrá entre sus objetivos prioritarios "poner al producto en el lugar que debe de estar", especialmente en el mercado español.

Así lo ha apuntado el presidente de ANEO, José Luis Maestro, quien considera que se trata del segundo mejor aceite del mundo, después del de oliva, y que es ideal para la frituras. Por ello, a su juicio, debe tener un mayor protagonismo en el mercado español y en el internacional frente a los aceites de girasol, palma, coco y "mezclas".

Maestro ha resaltado que la Interprofesional, una vez que sea reconocida oficialmente por el Gobierno, tendrá que aprobar la extensión de norma, un mecanismo con el que se podrían recaudar, según sus cálculos, entre 700.000 y 900.000 euros anuales.

Con este dinero sufragarán sus actuaciones, principalmente las campañas de promoción para recuperar el consumo interior. "Fuera de España se valora más el producto que dentro" y, de hecho, desde ANEO observan destacados crecimientos de ventas en países como EEUU o Japón, ha destacado el presidente.

Según Maestro, en el exterior es "donde se aprecia" el aceite de orujo de oliva, donde se usa para freír. "Por eso hemos creado la Interprofesional, para poner a este alimento en el sitio que tiene que estar", también en España, y para recuperar las ventas del aceite de orujo de oliva que había en el país hasta la alerta alimentaria de 2001, ha insistido.

Sobre la evolución de los precios en España, ha recordado que este producto no se ve afectado por las tensiones que sí están influyendo, en cambio, al aceite de oliva debido a las bajas disponibilidades en el mercado.

En este sentido, ha detallado que actualmente se tienen las mismas existencias de aceite de orujo de oliva que el año pasado o incluso un poco más, lo que explica que no haya experimentado una subida de precios en los puntos de venta.

Según los datos de la patronal de envasadores Anierac, las salidas de aceite de orujo en lo que va de año -con datos hasta el mes de julio- fueron de 8,8 millones de litros, cifra superior a la alcanzada en el mismo período del año anterior, que fue de 8,2 millones de litros.

Redacción