

El Consejo Oleícola Internacional ayudará a evitar los fraudes en el mercado del aceite de oliva

Noticias

El COI quiere que todas sus campañas promocionales se hagan de manera conjunta con el sector privado.

El [Consejo Oleícola Internacional \(COI\)](#) [1] trabaja para integrar a nuevos países -no sólo productores, sino también consumidores- y estudia la colaboración con la iniciativa privada para mejorar la promoción y con los Gobiernos, como el chino, para evitar adulteraciones o fraudes.

Así lo explica en una entrevista Jean Louis Barjol, director ejecutivo del COI, entidad con 17 miembros del que la Unión Europea (UE) es el principal, con 27 países, y para el que Uruguay ya ha pedido su adhesión, y Chile, Brasil y Perú accederán de momento a un estatuto de observador, como primer paso.

Según Barjol, el COI no quiere ser una OPEP -organización que une a los productores de petróleo-, sino que más bien es "la pequeña FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación) del aceite y las aceitunas", por lo que invita a integrarse tanto a países productores como a los consumidores.

Sobre actividades divulgativas, resalta que el Consejo de Miembros del COI realizará en Buenos Aires (Argentina), del 2 al 6 de julio, un análisis sobre la promoción.

El COI quiere que, a finales de 2012 o en 2013, todas sus campañas promocionales se hagan "con una relación más estrecha" con el sector privado y con los países miembro para tener mayor impacto.

También en la capital argentina esperan conocer "más detalles" sobre la propuesta del comisario de Agricultura, Dacian Ciolos, "que quiere que el COI tenga un papel más importante" para el sector.

El organismo internacional movilizará 2.400.000 euros en 2012 en promoción en EEUU, Canadá, China, Brasil y Japón, y baraja también realizar estudios de mercado en 2013 previos al desarrollo de campañas en Suiza, India, Indonesia y Singapur en 2014.

Preguntado por el interés por Singapur, admite que "quieren estar desde el principio", porque es hoy un punto de encuentro gastronómico de primera magnitud en el lejano Oriente, "tiene que ser el escaparate del aceite para todo el mercado asiático".

En el lejano oriente -junto a Japón y China- ven claras posibilidades de negocio en Malasia, Indonesia y Filipinas -países en crecimiento y una tradición islámica que considera al aceite como alimento sagrado- e incluso en África -como en Sudáfrica o Angola-.

Sobre la evolución de las ventas, el primer consumidor mundial de aceite tras la UE es hoy EEUU (300.000 t), seguido de Brasil (60.000 t) y Canadá, Japón y Australia (40.000 t, respectivamente).

Pero China es donde más crecen (con 30.000 t), lo que podría convertirla en los próximos años en el tercer consumidor mundial.

A su juicio, para mejorar el comercio del aceite -solo el 2 % del consumo mundial de grasas- se necesitan reglas claras y evitar los fraudes, y por ello se han puesto en contacto con la Organización Mundial de Aduanas (OMA): para que la nomenclatura que utilicen esté "armonizada con la norma COI".

"Ahora sólo disciernen entre aceite de oliva virgen, no virgen y orujo, cuando las normas del COI y del Codex Alimentarius establecen más categorías", puntualiza.

Barjol recuerda que hoy se miden los intercambios mundiales con los datos de aduanas, por lo que piden al OMA que, como primer paso, diferencie al menos los "lampantes", para evitar que se vendan a nuevos consumidores estos aceites de menor calidad como vírgenes.

Tras las noticias en EEUU y Australia sobre ventas de falsos aceites vírgenes extra de importación, subraya que los países miembros del COI se comprometen jurídicamente a respetar sus normas de calidad en la entrada y salida del producto, pero que el problema llega con países no miembros que utilizan otros métodos de análisis.

De momento, remarca que ningún Gobierno, ni entidad les ha transmitido de forma oficial ninguna queja sobre su método de evaluación organoléptica, análisis sensorial, panel test o de cata.

Este último permite hacer análisis a bajo coste y detectar atributos negativos que desclasifican un virgen extra, incluso en aceites cuyos resultados son adecuados en parámetros químicos.

"El panel de cata debe mantenerse hasta que no haya otros sistemas complementarios o alternativos", según Barjol, quien pide mayores controles estatales que "eliminen" comportamientos delictivos como los detectados en varios países recientemente.

Y, aunque el papel de la organización es actuar como "notario" de las decisiones de los países sobre su negocio internacional, quieren dar "un nuevo paso" adelante y han solicitado a los países miembros que les envíen su legislación para estudiar si el COI puede tener un nuevo mandato sobre normas de control.

Redacción

Enlaces:

[1] <http://www.internationaloliveoil.org/>