García Tejerina afirma que el aceite de oliva es la mejor imagen de la Marca España



Noticias
Asegura que España lleva más de veinte siglos siendo “la almazara del mundo”, un título que sólo se consigue con calidad reconocida en todas las épocas y en todos los lugares.

La ministra de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Isabel García Tejerina, ha asegurado que el aceite de oliva es reconocido como el alimento base de nuestra Dieta Mediterránea, y la mejor imagen de la Marca España. Forma parte de nuestra cultura agrícola, industrial y gastronómica, atesorada durante más de veinte siglos de historia.

Durante el **acto de entrega de los Premios Alimentos de España a los Mejores Aceites de Oliva Virgen Extra 2015**, celebrado ayer en el Ministerio, García Tejerina ha señalado que llevamos más de veinte siglos siendo “la almazara del mundo”. Un título que sólo se consigue con calidad reconocida en todas las épocas y en todos los lugares.

La ministra de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente ha explicado que el olivar y el aceite son estratégicos para nuestro país, para nuestro paisaje y para la economía de centenares de municipios. Son más de 355.000 las explotaciones olivareras (cerca del 38% del total), que generan 46 millones de jornales por campaña, y el 70% de la producción se lleva a cabo de forma cooperativa, en cerca de 1.000 almazaras.

Record de exportaciones

Y si estas cifras hacen visible su carácter social, ha resaltado la ministra, la exportación nos ofrece su perfil más económico. Así, en la campaña 2013-2014 se superó la cifra de 1.100.000 toneladas, todo un record histórico. De esta forma, el aceite ocupa el cuarto lugar entre los productos exportados, con un valor que en 2014 alcanzó la cifra de 2.727 millones de euros.

Además, ha añadido García Tejerina, en ese año hemos conseguido superar a Italia en la exportación a Estados Unidos, algo impensable hace sólo tres años y medio.

La situación y las expectativas del olivar y del aceite de oliva han cambiado radicalmente, y hoy tienen una garantía de sostenibilidad económica medioambiental y social, merced a los cerca de 1.000 millones de euros anuales que el sector recibirá en fondos europeos, ha subrayado la ministra.

En el ámbito de la calidad del aceite de oliva, García Tejerina ha recordado la adopción de una medida largamente demandada, y muy importante para mejorar la transparencia del mercado y la confianza de los consumidores.

Hoy, ha subrayado, ya no haya botellas o alcuzas rellenables en nuestros restaurantes. Y hoy, en los establecimientos comerciales, hay cada vez menos ofertas a precios anormalmente bajos o que banalicen un producto de tanta calidad como nuestro “oro
líquido”

Campaña de promoción

Por otra parte, ha indicado la ministra, hemos trabajado mucho en materia de promoción. Participamos, junto con la Unión Europea, en las campañas que está desarrollando la

Interprofesional del Aceite de Oliva Español, tanto en el mercado interior, como en terceros países, y en particular, India e Indonesia.

Y en los mercados exteriores, ya ha comenzado la campaña de promoción protagonizada por Rafa Nadal. Rafa es, desde 2010, la personalidad española más conocida en el mundo, cuyos valores personales y deportivos hacen de él el mejor embajador de nuestro jamón, vino, aceitunas y aceite de oliva.

García Tejerina ha asegurado, al finalizar su intervención que el sector cuenta con un espléndido futuro, y con un gran mercado por conquistar. Un reto, ha indicado, para el que se cuenta con lo fundamental: el producto y el convencimiento de su valor.

Con aceites como los que hemos premiado hoy, los finalistas y cuantos se han presentado a este certamen, nuestro sector del aceite de oliva debe mantener y afianzar el liderazgo mundial que le corresponde, por historia, calidad y competitividad, ha concluido la ministra.

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente