



FUNDACIÓN
FORO AGRARIO

“CONCLUSIONES DE LA JORNADA SOBRE “EL PATRIMONIO AGROECOLÓGICO, CULTURAL Y SOCIOECONÓMICO DEL OLIVAR ESPAÑOL: AMENAZAS Y OPORTUNIDADES ANTE LA GLOBALIZACIÓN Y EL CAMBIO CLIMÁTICO” CELEBRADA EL 24 DE MAYO DE 2017.

Foro Agrario, como ha hecho siempre que se ha observado un cambio de envergadura en el panorama agroalimentario, somete su impacto sobre el futuro, a un análisis profundo y sereno de los sectores importantes de nuestro sistema alimentario.

El Patrimonio Agroecológico del Olivar Español se ha ido acrisolando, desde hace miles de años, favorecido por las condiciones agroclimáticas y edáficas de la Península Ibérica y las ventajas económicas, sociales y culturales que este cultivo ha representado durante tan largo periodo. Dicho Patrimonio, a la vez material e inmaterial, con un valioso y variado sistema productivo, de casi tres millones de has, 3.000 industrias transformadoras y una producción final anual de 5.000 millones de euros, es también inmaterial, como componente importante de nuestra cultura y de nuestra propia identidad ciudadana: “aceituneros altivos”, en el sentido poema de Miguel Hernández, refiriéndose a los andaluces de Jaén.

La Jornada, organizada por Foro Agrario, con el patrocinio de la Interprofesional del Aceite de Oliva de España, se celebró en el Salón de Actos de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica, Alimentaria y de Biosistemas de Madrid, con la participación de calificados profesionales del ámbito académico-científico, de diversas Instituciones y de la Administración; asistieron 80 personas que siguieron, con gran interés, las ponencias e intervinieron activamente en los debates que siguieron a estas.

Para más información sobre los contenidos de las ponencias y mesas redondas puede consultarse en la en la web de Foro Agrario: www.foroagrario.com y en el Observatorio de Producción Ecológica de España: <http://ecoscire.chil.org/post/jornada-el-patrimonio-agroecologico-del-olivar-espanol-aspectos-socioeconomicos--141177>

La Fundación Foro Agrario, apoyándose en las ponencias presentadas y en el debate que tuvo lugar a continuación, ha elaborado para su difusión las siguientes:

CONCLUSIONES

1. En la actualidad, se elabora aceite de oliva en 57 países y se consume en 179, lo que ha motivado que, cada uno de los 365 días del año, se elabore aceite de oliva en algún lugar del planeta. España es el principal productor y exportador mundial de aceite de oliva y posee un importantísimo patrimonio, que encierra valores ambientales, culturales, históricos y socioeconómicos de extraordinario interés para nuestro país.

Este rico patrimonio, debe preservarse de las amenazas que el cambio climático y la globalización pueden representar, al tiempo que se deben aprovechar las oportunidades que supone el conocimiento de su historia y cultura, sus beneficios para la salud y la gastronomía, para favorecer el comercio internacional de nuestro extraordinario aceite, cuyo peso en el conjunto de los aceites vegetales producidos en el mundo no supera el 2%.

2. La superficie mundial de olivar, distribuida por el planeta, supone en la actualidad 11,4 millones de hectáreas, más del 1% del total de tierras cultivables existentes, lo que le convierte en el cultivo permanente de mayor superficie mundial, por delante de la vid.
3. El aceite de oliva de España se distribuyó a lo largo y ancho de todo el Imperio Romano, como lo demuestran las investigaciones realizadas por el profesor José Remesal Rodríguez, Catedrático de Historia Antigua de la Universidad de Barcelona.
4. El Monte Testaccio, de Roma, es una colina artificial de 50 metros de altura, construida en un espacio cercano al río Tíber, a base de apilar ánforas usadas, que contenían el aceite de oliva que viajaba desde la Región Bética de la Hispania romana hasta el puerto de Roma. El monte se fue construyendo colocando un ánfora sobre otra, sin que mediase tierra u otro material de por medio. Por ello, en las excavaciones que en este monte se llevan a cabo, profundizar un metro significa extraer un metro cúbico de restos arqueológicos.
5. La Región Bética, en España, era el territorio en el que se asentaban las alfarerías donde se fabricaban los recipientes, cuya capacidad era de 70 litros. Los lugares con

mayor concentración de fábricas eran Sevilla (Hispalis), Écija (Astigi) y Córdoba (Corduba).

6. En las ánforas aparecen inscripciones (epigrafía anfórica) que hacían referencia al ceramista que las fabricó, a la tara del propio envase, a los comerciantes que lo enviaron, al control fiscal que se practicaba en aquella época y al peso del líquido contenido. Esta información, con la que el Dr. Remesal y su equipo están elaborando una gran base de datos, constituye para España un archivo excepcional, comparable, incluso, al Archivo de Indias de Sevilla.
7. La evolución de las técnicas de cultivo en olivar, desde hace unas décadas, ha permitido el paso de las plantaciones tradicionales (80-100 árboles por ha), a formas intensivas (200-300 olivos/ha) y superintensivas (1.500-2.000 olivos/ha).
8. El éxito de este último sistema, en el que los árboles se forman en seto, a dos caras sobre un eje, reside en la rápida entrada en producción de los árboles y en la facilidad de mecanización, especialmente en las labores de poda y recolección.
9. Es muy importante, para la rentabilidad del seto, que la iluminación, a ambos lados del eje, sea elevada y estable a lo largo del día, con una orientación adecuada de las líneas, pues la radiación influye de forma importante sobre la cosecha y sobre la calidad de los aceites a obtener.
10. Actualmente, nos encontramos antes dos grandes retos: uno, determinar la estructura óptima de los setos y dos, mantenerla. Los resultados de los trabajos que están llevando a cabo varios grupos de investigación sobre el Riego en olivar servirán para controlar mejor el vigor de las plantas y, por lo tanto, posibilitar un adecuado mantenimiento de la estructura óptima del seto.
11. La gran amenaza, que se cierne hoy sobre nuestro olivar, es la aparición en Italia y otros países de Europa, de una bacteria denominada *Xylella fastidiosa*, declarada organismo nocivo por la Unión Europea y que se transmite por insectos chupadores del xilema. Hasta la fecha, al sur de Italia, se han infectado unas 50.000 ha, en la región de Puglia.
12. La bacteria puede infectar a una gama muy amplia de plantas cultivadas, incluyendo almendro, melocotón, ciruelo, albaricoque, vid, cítricos, café y olivo; así como árboles de sombra, como el roble, el olmo, el arce, la acacia, el plátano de sombra y diversas plantas ornamentales. Es importante destacar que plantas, como las de café, que se utilizan como ornamentales, pueden portar la bacteria sin mostrar signos de

enfermedad, por lo que su difusión, a través de plantas de vivero y otros materiales vegetales vivos, es difícil de controlar.

13. La lucha contra la bacteria, en áreas libre de ella, se debe centrar fundamentalmente en dificultar su entrada (Exclusión) mediante la utilización de plantones certificados libres de la bacteria, controlando que el material vegetal posea pasaporte fitosanitario. Cuando la bacteria se introduce en un área geográfica limitada, hay que proceder al arranque de los árboles infectados de forma inmediata (Erradicación), para evitar su propagación a otras zonas. En las plantaciones, en las que se ha establecido la enfermedad de forma extensa, hay que proceder al control de las poblaciones de vectores -si éstos son conocidos- y, en el futuro, utilizar variedades de olivo más tolerantes a la cepa de *Xylella fastidiosa* presente en cada zona (si éstas existen).
14. En la actualidad, la Verticilosis, causada por el hongo *Verticillium dahliae*, es la principal debilidad y amenaza fitosanitaria del olivar en Andalucía, porque, tras su primera detección en Córdoba en 1979, se ha extendido a toda la región y afecta a un promedio de uno de cada tres olivares, siendo mayor su prevalencia en las provincias de Córdoba, Jaén y Sevilla.
15. La Verticilosis del olivo es de difícil control por la capacidad del hongo causal de sobrevivir en el suelo durante más de 10 años, de infectar cerca de 400 plantas cultivadas o malas hierbas -en las cuales crece circunscrito en el xilema- y de ser dispersado, a corta y larga distancia, por los restos de plantas enfermas, el agua de riego infestada y el material de plantación aparentemente sano.
16. Esta enfermedad debe ser controlada, necesariamente, mediante estrategias de gestión integrada, basadas en el uso de variedades o de patrones resistentes, la utilización de material de plantación certificado sanitariamente y la destrucción mediante quemado de los restos de plantas enfermas.
17. La eficiencia de las variedades de olivo resistentes para el control de la Verticilosis está comprometida por la prevalencia en Andalucía de un tipo de patógeno defoliante altamente virulento. Este patotipo fue detectado en el año 1984, por primera vez, infectando algodón en la provincia de Sevilla y, en la actualidad, se ha extendido a toda Andalucía, donde es el prevalente respecto del no defoliante y menos virulento que existía anteriormente.

18. La expansión de la Verticilosis del olivo es un ejemplo de las repercusiones negativas, que pueden derivarse del fallo en la aplicación, en tiempo y forma, de las acciones recomendadas para el control de las enfermedades de los cultivos que, en este caso, incluyen:
- a. La erradicación del patotipo defoliante, que debió haber sido llevada a cabo prontamente tras su detección.
 - b. El establecimiento de certificación sanitaria de la producción viverista olivarera, en lugar de la producción de calidad CAC, que no garantiza la ausencia de infección por *Verticillium dahliae* en plantas aparentemente sanas.
 - c. La eliminación de la multiplicación viverista ilegal, no registrada.
19. En nuestro territorio, existe un gran número de olivos centenarios y milenarios, con ejemplares singulares y extraordinarios, que constituyen un patrimonio inigualable. Un patrimonio que debe preservarse en su lugar de origen, donde nació, para su puesta en valor y el disfrute de futuras generaciones.
20. Otro valiosísimo patrimonio es el gran número de almazaras tradicionales que, actualmente, se han reconvertido en Museos del Aceite y están repartidas por toda la geografía del país, como templos sagrados donde rezuma cultura y patrimonio oleícola.
21. Sin olvidar el mayor patrimonio oleícola de nuestro país son las personas que, a lo largo de la historia, han sabido dignificar nuestra ancestral cultura oleícola, mimando los olivares, recolectando con sapiencia sus frutos y extrayendo sus zumos, el alimento vertebrador de la Dieta Mediterránea: el oro líquido.
22. Garantizar que la calidad de los aceites de oliva se corresponde con los requisitos legales, establecidos en la normativa, es un objetivo para las Administraciones, pues es la mejor herramienta para asegurar la lealtad en la actividad entre los operadores y, a su vez, asegurar a los consumidores que la calidad ofertada se corresponde a la realidad del producto.
23. La calidad de los aceites vírgenes ha evolucionado enormemente, y el gran cambio lo supuso la concepción de su calidad de manera global, aunando las determinaciones físico-químicas y las organolépticas. En el ámbito del control oficial el “panel test”, es el único método de cata organoléptica oficial reconocido

internacionalmente por el COI y recogido en la normativa UE para determinar si un aceite corresponde o no con la categoría virgen extra.

24. La normativa comunitaria impone a España la realización de un control por cada 1000 toneladas comercializadas, para asegurar la conformidad en la categorización del aceite puesto en el mercado. Durante el año 2016, España tuvo la obligación de realizar, al menos, 1.600 controles, a fin de garantizar la calidad de los aceites de oliva comercializados, tanto en el mercado de la UE como en la exportación a países terceros.
25. El Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA), junto con la Junta de Andalucía y la Interprofesional del Aceite de Oliva de España, se han fijado el reto de conseguir un método instrumental que complemente al panel test, haciendo una labor de cribado previo de las muestras, antes de someterlas a la cata organoléptica, agilizando y abaratando el proceso y aportando, si cabe, más seguridad al sector frente al control oficial o en sus propias transacciones.
26. La exportación de aceite de oliva español, está afianzando nuestro liderazgo mundial, con cifras de ventas record, en prácticamente todos los países consumidores que no producen aceite de oliva o que cuentan con unas cosechas emergentes. Al éxito de nuestras exportaciones han contribuido notablemente las campañas de promoción que, a través de los medios de comunicación, se han hecho llegar a todos los rincones del mundo, promovidas por la Interprofesional del Aceite de Oliva, en representación de los intereses de toda la cadena de valor.
27. En la promoción del aceite de oliva, será necesario prestar mayor atención a la investigación sobre la evolución cultural vinculada a la historia del olivo. El aceite hispano, tanto en época romana, como durante el periodo árabe o en la colonización de América, ha sido el único producto que ha permanecido como hilo conductor de nuestras relaciones comerciales con otros muchos países, llegando a conformar nuestra propia identidad. De ahí la necesidad de hacer valer esta circunstancia aunando “antigüedad y calidad” como conceptos inseparables en la promoción de este excelente producto alimentario.
28. A pesar de este éxito exportador, contrastado en las últimas campañas, el porvenir de los envíos españoles a varios de los países consumidores emergentes se encuentra

amenazado por políticas proteccionistas, que implementan barreras no arancelarias, con las que se pretende proteger sus incipientes producciones interiores.

29. Esta Jornada ha permitido confirmar otra propiedad saludable de nuestros aceites vírgenes, que no se había difundido hasta ahora, y es que, en los anales médicos, no existe caso alguno -demostrado o citado- que vincule la aparición de cualquier tipo de alergia a la ingestión del aceite de oliva.
30. El momento de esplendor por el que pasa el mercado de aceite de oliva, no debe hacer creer, ni a los que trabajan en las distintas fases de su producción, elaboración y comercialización, ni a las Administraciones competentes, que el camino que queda por recorrer va a resultar exento de dificultades. Una de ellas es el concepto que tiene el ciudadano de este producto: que no se corresponde con un bien de calidad superior, de propiedades inigualables y con una cultura inherente al mismo, que supone un intangible de gran valor que no poseen los demás aceites vegetales.
31. Debemos ser capaces de convencer al consumidor medio, español o extranjero, que dentro de una botella de aceite de oliva se dan cita todos y cada uno de los valores:
 - a. Siglos de historia.
 - b. Esfuerzos del oleicultor y de nuestra investigación en la tecnología olivarera y almazarera.
 - c. Contribución a la salud de los consumidores.
 - d. El singular paisaje olivarero.
 - e. La lucha contra la erosión.
 - f. El asentamiento de la población rural y el sustento de innumerables familias.

De lo contrario, el riesgo de que el aceite de oliva forme parte del conjunto de productos denominados “commodities” (materias primas utilizadas para la obtención de otros bienes de consumo), modelo de actividad económica que no puede ser el *desiderátum* para la sostenibilidad económica, social y ambiental de uno de nuestros sectores bandera por su excelencia y liderazgo.

La Fundación Foro Agrario procederá a difundir estas Conclusiones a las distintas instituciones y representaciones políticas, económicas y sociales de ámbito autonómico, nacional y comunitario, con intereses y responsabilidades en la alimentación humana y animal y el medio ambiente español.

Madrid, 9 de junio de 2017