OTILIA ROMERO DE CONDÉS, FUNDADORA Y DIRECTORA DE LA WOOE

"AL PREMIUM NO LE HA IDO MAL, EL CONSUMIDOR VALORA MÁS EL TRABAJO QUE HAY DETRÁS DE UN PRODUCTO GOURMET"

La World Olive Oil Exhibition 2020 no se ha podido celebrar físicamente, como lleva haciendo desde hace 9 años. Adaptándose a las circunstancias, han hecho varios eventos virtuales con muy buena acogida por parte del sector y que seguirán en 2021 hasta que pueda tener lugar este evento de forma presencial. Hablamos con su directora para conocer cómo aborda este año clave para el sector.

RETAIL ACTUAL (RA). ¿Cómo se plantea 2021 una feria de referencia como la WOOE?
OTILIA ROMERO DE CONDÉS (OR). A día de hoy, es muy probable que en el 2021 tengamos que seguir haciendo eventos virtuales, lo que no vamos a hacer es parar porque desde la WOOE queremos seguir siendo el punto de encuentro mundial entre los países productores de aceite de oliva, compradores, almazaras, distribuidores y, en definitiva, de todo el sector..

RA. ¿Ha afectado la pandemia que estamos viviendo a un sector tan arraigado como el aceite de oliva?
OR. Al sector del aceite de oliva virgen extra y, en concreto, al premium le ha ido muy bien. Las ventas de AOVE se han incrementado en las grandes superficies y en el sector gourmet se ha dado un paso de gigante. Al resto tampoco le ha ido mal y los precios se han recuperado ostensiblemente hasta alcanzar unos niveles más que aceptables, ya que las perspectivas para España son de una cosecha media alta, pero es baja en el mundo y los stocks han caído considerablemente.

RA. En cuanto al consumidor, ¿cómo estiman que se comportará en 2021 tras la irrupción del Covid? ¿Cambiarán sus hábitos?
OR. La pandemia nos ha cambiado a todos. El hecho de estar mucho tiempo en casa nos ha hecho valorar los productos gourmets, y esa tendencia ha venido para quedarse. De todas formas, aunque el nuevo consumidor de AOVE va a incorporar dicho producto en sus comidas, lo bueno sería que el aceite de oliva se consumiera no como algo gourmet, sino como una necesidad y un alimento diario y para eso, hay que trabajar en ello. Por otro lado, también la pandemia ha sido importante para la marca España, ha servido para concienciarnos de la importancia de consumir productos locales, de ayudar a nuestros agricultores y a toda la cadena de distribución. El consumidor busca productos de cercanía y en el aceite, en ese sentido, si tenemos en cuenta que España es el mayor productor, lo tenemos fácil.

RA. Hablemos de exportaciones, ¿cómo se comportará este mercado?
SR. Estamos muy ilusionados con la idea de que los acuerdos con Europa y Estados Unidos con España mejoren. Creo que va a ser muy positivo el cambio de presidente de EE UU, pasar de una economía muy proteccionista a una más expansionista y de acuerdos bilaterales. España se beneficiará, pero también ellos gracias a nuestras exportaciones. En cuanto el Brexit, ahora mismo es una incógnita lo que puede suceder y en qué medida afectará al aceite de oliva. Aunque es cierto que Reino Unido compra alrededor de 50.000 toneladas anuales, la mayor parte de ellas a España y a Italia, desgraciadamente, no es un gran mercado.

RA. ¿Cuáles son los retos a los que se enfrentarán a corto y medio plazo la industria del aceite en España?
OR. España es el número uno del mundo en producción con alrededor del 50% y está llamado a liderar los cambios que puedan producirse en la agricultura a corto y medio plazo. La oleicultura está cambiando su configuración del olivar tradicional al intensivo y superintensivo y esa es una tendencia imparable, aunque todavía más del 70% sea tradicional y buena parte de él de secano. La WOOE va a ser una herramienta fundamental para ampliar los mercados y para abrir nuevos nichos de comercialización que nos van a ser útiles en cuanto el incremento de producción sea más constante que ahora. En el 2021 pretendemos continuar siendo un referente del sector que presenta el nuevo aceite cada año y ayuda a impulsar los intercambios comerciales. Que pone en contacto a todos sus actores y vamos a seguir promocionando el aceite de oliva que es, sin lugar a dudas, nuestra mejor tarjeta de presentación. RA

www.oliveoilexhibition.com