



**Consulta pública previa del proyecto de orden por la que se extiende el acuerdo de la Organización Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva, al conjunto del sector y se fija la aportación económica obligatoria, para realizar actividades de promoción del aceite de orujo de oliva, mejorar la información y conocimiento sobre los mercados y realizar programas de investigación, desarrollo, innovación tecnológica y estudios, durante las campañas 2021/2022, 2022/2023 y 2023/2024.**

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.2 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, se sustancia la consulta pública, con carácter previo a la elaboración del texto, correspondiente al proyecto de orden por la que se extiende el acuerdo de la Organización Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva al conjunto del sector y se fija la aportación económica obligatoria, para realizar actividades de promoción del aceite de orujo de oliva, mejorar la información y conocimiento sobre los mercados y realizar programas de investigación, desarrollo, innovación tecnológica y estudios, durante las campañas 2021/2022, 2022/2023 y 2023/2024.

## ANTECEDENTES

La extensión de norma es un mecanismo jurídico establecido en los artículos 164 y 165 del Reglamento (UE) Nº 1308/2013, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, por el que se crea la organización común de mercados de los productos agrarios.

En coherencia con la OCM Única, la Ley 38/1994, de 30 de diciembre, reguladora de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias, regula la extensión de normas y las aportaciones económicas en los artículos 8 y 9, respectivamente, en los que se establecen los requisitos y condiciones que garantizan la eficacia y transparencia de este instrumento legal.

La extensión de norma atiende a una filosofía que determina que cuando una organización interprofesional, con un elevado grado de representatividad, que alcance a la mayoría del sector (Ley 38/1994, artículo 8, punto 2), proponga actuaciones para el bien común del mismo, éstas serán de obligado cumplimiento para la totalidad de los operadores de ese sector con el fin de alcanzar el mayor grado de eficacia en las actividades, atendiendo al



principio de proporcionalidad en la cuantía de los gastos y no discriminación entre los diferentes operadores sectoriales.

La extensión de normas, que por su propia naturaleza, obliga a todos los operadores del sector, estén o no encuadrados en el ámbito de la interprofesional, está rodeada de un conjunto de requisitos y medidas encaminadas a dotarla de eficacia y transparencia:

- Mecanismo creado por ley.
- Elevada exigencia de representatividad.
- Actuaciones encaminadas al bien general del sector.
- Proporcionalidad en la cuantía de las aportaciones económicas.
- Obligatoriedad para todos los operadores del sector.
- No discriminación a operadores no pertenecientes a la interprofesional.
- Prohibición de repercutir gastos de funcionamiento.
- Transparencia de las actuaciones a través de información pública.
- Obligación de crear mecanismos de control y seguimiento.
- Informe del Consejo General de Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias.
- Obligación de auditar las cuentas anuales de la interprofesional.

La Organización Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva está integrada por la Asociación Nacional de Empresas del Aceite de Orujo, ANEO (que en la actualidad, se estructura en dos ramas perfectamente delimitadas: extractores y refinadores de aceite de orujo crudo); Cooperativas Agroalimentarias, como extractores (aceite de orujo crudo) y suministradores de materia prima (orujo graso), papel este último que comparte con la Federación Española de Industrias Fabricantes de Aceite de Oliva, INFAOLIVA, representante de las almazaras industriales. La función comercializadora del aceite de orujo de oliva la realizan las empresas asociadas a la Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de aceites Comestibles, ANIERAC, y la Asociación Española de la Industria y el Comercio nacional y Exportador de Aceites de Oliva y Aceites de Orujo, ASOLIVA, la primera en el mercado la segunda en el mercado internacional de exportación.

De esta manera, la interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva aglutina a toda la cadena de valor del aceite de orujo de oliva en España.

## **A) PROBLEMAS QUE SE PRETENDEN SOLUCIONAR CON LA NUEVA NORMA**

La participación del sector orujero en el crecimiento y desarrollo del sector oleícola es patente desde el punto de vista económico, social y medioambiental. El sector orujero no solo ayuda al fortalecimiento del segmento oleícola en general, sino que contribuye de



manera directa a la economía del territorio al que pertenece, vertebrándolo y consolidando la generación de puesto de trabajo

Este sector orujero, que efectúa un papel medioambiental imprescindible, obtiene sus ingresos de la valorización de los subproductos del olivar: aceite de orujo crudo y biomásas (hueso de aceituna, orujillo, pulpa y cenizas).

Se trata de un sector estable en el tiempo y en sus producciones (con tendencia al alza, motivada por las cosechas históricas que se producen en el aceite de oliva). No obstante, se ha observado como en los cinco últimos años (2015-2019) se ha permutado la tendencia comercializadora del aceite de orujo de oliva, exportándose de media el 87% de lo comercializado y dejando en el mercado interior tan solo el 13%.

A pesar de los millones de toneladas que se procesan, campaña tras campaña, las ventas de aceite de orujo de oliva han descendido drásticamente en el mercado interior y han subido de manera inexorable en el mercado exterior. Se puede concluir que el mercado interior de aceite de orujo de oliva es un mercado frágil, en tanto que el mercado exterior se consolida y afianza.

Los motivos del descenso de las ventas en el mercado interior han sido varios, aunque destacan tres: primero, el número de distribuidores que comercializan el aceite de orujo de oliva en el Canal Horeca (Hostelería, Restauración y Catering) ha disminuido vertiginosamente desde el año 2001, segundo, el aceite de orujo de oliva ha desaparecido de la mayoría de los lineales y su lugar está ocupado por otros aceites refinados de semillas o preparados especiales para freír y tercero, la crisis sanitaria del Covid-19 ha venido a endurecer la ya de por sí débil situación del mercado interno del aceite de orujo de oliva.

Los datos de comercialización indican claramente que el aceite de orujo de oliva es un producto más valorado en el exterior que en España; su versatilidad en la cocina, su sabor suave y precio accesible lo convierten en un producto competitivo y demandado. Se llega a una conclusión clara: es necesario transmitir al mercado interior los beneficios que aporta el consumo del aceite de orujo de oliva, tanto desde el punto de vista de la salud y de la eficiencia culinaria como del ahorro económico.

En estos momentos, en los que el cambio climático y la sostenibilidad son temas muy presentes en la agenda mundial, el sector orujero puede poner en valor la labor medioambiental que realiza. Partiendo de que el 80% de orujo graso húmedo o alperujo, resultante de la molturación de la aceituna para extraer el aceite de oliva, se transforma en productos valorizados para uso alimentario (aceite de orujo de oliva), energético (biomasa, bien orujillo bien hueso de aceituna), medioambiental (fertilizantes como las



cenizas procedentes de la combustión del orujillo, o el propio orujillo), para la aplicación animal (subproductos provenientes del proceso de refinado y del secado de la extracción) o sanitario (fenoles de uso farmacéutico por su alto valor antioxidante). Por ello, el sector orujero es la pieza clave para que el conjunto del olivar sea un modelo de economía circular y residuo cero

Todos estos motivos hacen que sea necesaria una extensión de la norma que ayude, entre otras cuestiones, a recuperar las ventas del aceite de orujo de oliva en el canal Horeca y la industria alimentaria española.

Para las empresas que producen y comercializan el aceite de orujo es importante garantizar que las ventas del producto en España se incrementen y se consoliden para dejar de depender exclusivamente de las exportaciones.

En la actualidad, partimos de dos realidades incuestionables: el sector del aceite de orujo dispone de recursos económicos limitados para promoción e investigación y el aceite de orujo de oliva necesita mejorar su imagen injustamente distorsionada y desenfocada.

A través de la propuesta de extensión de norma, la interprofesional pretende continuar trabajando en la promoción del aceite de orujo de oliva, a nivel nacional e internacional, gestión de programas de investigación, desarrollo e innovación tecnológica, mejora de la información y el conocimiento sobre los mercados y la realización de estudios de interés general para el sector.

## **B) NECESIDAD Y OPORTUNIDAD DE SU APROBACIÓN**

El próximo día 30 de septiembre de 2021 finaliza la vigencia de la Orden AAA/1098/2016, de 29 de junio, por la que se extiende el acuerdo de la Organización Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva al conjunto del sector y se fija la aportación económica obligatoria para realizar actividades de promoción del aceite de orujo de oliva, mejorar la información y conocimiento sobre los mercados y realizar programas de investigación, desarrollo, innovación tecnológica y estudios durante las campañas 2016/2017, 2017/2018, 2018/2019, 2019/2020 y 2020/2021.

Como premisa de partida, la segunda extensión de norma del aceite de orujo de oliva tiene un espíritu continuista: consolidar las líneas de investigación iniciadas y continuar y ampliar las acciones de comunicación y marketing abiertas en la primera extensión de norma.



El aceite de orujo de oliva precisa seguir mejorando su imagen injustamente distorsionada y contaminada por falsos mitos. La única forma de consolidar el mercado es invertir nuevos recursos: por una parte en investigaciones continuadas en el tiempo que ayuden a obtener pruebas científicas en torno al producto y sus cualidades y, por otra parte, en acciones de comunicación y marketing segmentadas y basadas en perchas de interés informativo que contribuyan a crear un armazón sólido en torno al aceite de orujo de oliva

El aceite de orujo de oliva es “el gran desconocido” del sector del olivar en España. Tener una herramienta como la extensión de norma, que permita la promoción y la investigación del producto, implica una mayor información de las grandes cualidades que posee, tanto para el canal Horeca como para la industria alimentaria, sus dos mercados potenciales más importantes. Por ejemplo, son muy poco conocidas las grandes ventajas o virtudes del aceite de orujo de oliva en la fritura o como algunos de los componentes son muy beneficiosos para la salud (ácidos grasos, esteroides, etc).

Los mayores esfuerzos de promoción se deben centrar en el canal Horeca y en la industria alimentaria donde los compradores son más expertos y ponen en las manos de los profesionales un producto del que, por su composición de ácidos grasos, obtendrán un mayor rendimiento económico que con otros tipos de aceites de semillas.

Es necesario continuar la línea de la anterior extensión de normas, por lo que es imprescindible para el sector la aprobación de una nueva orden ministerial que ofrezca continuidad y profundice en las acciones emprendidas anteriormente para conseguir los objetivos previamente definidos. Se considera que la interprofesional y la extensión de normas constituyen los instrumentos adecuados para que el sector trabaje de forma conjunta y coordinada en la solución de sus problemas y en la mejora de la competitividad.

### **C) OBJETIVOS DE LA NORMA**

Los objetivos del proyecto de orden de extensión de normas en el sector del aceite de orujo de oliva son:

- 1º.- Recuperar la imagen y continuar la reconstrucción de la reputación del aceite de orujo de oliva sobre la base de las investigaciones científicas y los estudios de mercado.
- 2º.- Recuperar las ventas del mercado interior, así como aumentar las del mercado exterior, y hacerlo con criterios sólidos y sostenibles en el tiempo.
- 3º. Conseguir estabilidad empresarial en el sector orujero.

Para conseguir estos objetivos se desarrollarán los siguientes bloques de actuación:



#### A) Programas de investigación, desarrollo, innovación tecnológica y estudios.

Desde la Organización Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva se continuarán fomentando las investigaciones científicas en torno al valor culinario, saludable, socioeconómico y medioambiental del aceite de orujo de oliva. Su composición en ácido oleico de hasta un 80% y con un 2% de compuestos bioactivos (escualeno, fitoesteroles, alcoholes grasos alifáticos, alcoholes triterpénicos, etc.) hace del aceite de orujo de oliva un producto alimentario único y de un potencial poco explorado que necesita más investigación.

Así mismo se promoverán líneas de investigación y estudios sobre la mejora de las técnicas de producción del aceite de orujo de oliva crudo así como de su refinación. Técnicas que deben ser respetuosas con el medio ambiente, supongan una mejora de los procesos tecnológicos, especialmente de aquellos que aumenten la seguridad alimentaria, y búsqueda de nuevas aplicaciones que permitan ampliar sus posibilidades de consumo.

Se dispondrán las acciones necesarias para la difusión de los resultados alcanzados.

#### B) Promoción del aceite de orujo de oliva y su consumo.

Las acciones de promoción se dirigirán principalmente al mercado interior, y ocasionalmente y por demanda del sector, se destinarán al mercado exterior.

Las acciones de información y promoción estarán orientadas a la distribución alimentaria, el canal Horeca, la industria alimentaria y los creadores de opinión de los sectores anteriormente mencionados.

De manera general, las acciones pivotarán bajo estas premisas iniciales:

- Origen en el olivar.
- Composición saludable.
- Buena relación calidad precio.
- Rendimiento en fritura.
- Polivalencia en el uso.
- Valor medioambiental del sector orujero.

Y de forma concreta girarán en torno a los siguientes conceptos:

- En el canal Horeca: cualidades culinarias, científicamente demostradas, del aceite de orujo de oliva (frituras, guisos, salsas, etc.).
- En la industria y distribución alimentaria: beneficios probados científicamente en relación con otras grasas vegetales de semillas.
- Público en general: alimento proveniente del olivar donde la trazabilidad está garantizada y el trabajo del sector orujero es imprescindible para la sostenibilidad del sector olivarero.



### C) Seguimiento de mercado.

Para lograr una mayor transparencia, la interprofesional propone el seguimiento específico de los mercados, mediante estudios, análisis e investigación. El seguimiento de mercado se realizará, por una parte, por el análisis de los datos proporcionados por la Agencia de Información y Control Alimentario (AICA) y, por otra por las conclusiones de los estudios de elaboración encargados a terceros o a los medios propios de la Organización Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva.

Asimismo, la organización interprofesional se propone adoptar otras iniciativas para completar la información del mercado interior y promover un mejor conocimiento de los mercados internacionales, por parte de todos los agentes del sector.

### **B) POSIBLES SOLUCIONES ALTERNATIVAS REGULATORIAS Y NO REGULATORIAS**

No existen alternativas viables para que el sector del aceite de orujo de oliva pueda desarrollar por sí mismo las acciones tendentes a alcanzar los objetivos propuestos para solucionar los problemas que presenta.

El mecanismo de la extensión de normas permitirá que todos los operadores del sector contribuyan económicamente en el desarrollo y ejecución de un conjunto de actuaciones que beneficiarán por igual tanto a los que pertenecen a la interprofesional como a los no integrados en ella.

El propio sector, mediante la extensión de normas propuesta por la interprofesional, afronta los retos y problemas que le afectan, autofinanciándose, sin requerir recursos económicos públicos que impliquen un aumento del gasto público.

Madrid, 30 de marzo de 2021