



Con OLIVATESSEN, su marca en todas las tiendas gourmet y restaurantes de Europa, Asia y EEUU



MERCACEI

Magazine

Mercado Aceitero ● Noviembre 2010/Enero 2011 ● Nº 65

HERPASUR SA

CALDERERÍA INOX

La calidad, nuestra razón de ser líder

No sólo fabricamos los mayores tanques del mundo transportables, sino que además podemos trasladarlos a cualquier lugar de Europa*

Tanques con capacidades desde 5 a 200.000 litros
(dimensiones de 4,5 m. de diámetro y 12,5 m. de alto)



*Siempre y cuando la ruta y puentes lo permitan



TANKINOX

FÁBRICA Y OFICINA

Polígono Industrial El Portal
Calle Sudáfrica, Parcela 83
11408 JEREZ DE LA FRONTERA (Cádiz)
Teléfono: 902 14 45 00 - Fax: 956 14 36 27
E-mail: administracion@herpasur.com
www.herpasur.com

**ENTREVISTA CON
GASPAR VANO**
Gerente de Interoleo
Picual Jaén



MONOGRÁFICO ESTADÍSTICO

Balances Estadísticos de
2009: mercado nacional e
internacional

ESPECIAL I+D (PARTE II)

Aceituna de mesa
Consumo y calidad

AGROMERCACEI

Racionalización en el
manejo de una plantación
de olivar

centrifugación
alemana

Calidad

Verona fue la sede de la cuarta edición del evento dedicado a los mejores vírgenes extra

Beyond Extra Virgin sienta las bases para educar al consumidor de los vírgenes **extra super-** **premium**

Por Pandora Peñamil Peñafiel



Calidad

Beyond Extra Virgin (BEV)
-Más Allá del Virgen Extra-
celebró su IV edición en la
ciudad italiana de Verona del
20 al 22 de septiembre.

Descrito como una
Conferencia Internacional
sobre Aceite de Oliva, Sabor
y Excelencia, BEV se centró
en las características
sensoriales de los aceites de
oliva super-premium y fue
presentado en italiano y en
inglés en las estancias del
bellísimo Palazzo di Giusti.

La ciudad italiana de Romeo y Julieta acogió del 20 al 22 de septiembre, la cuarta edición del congreso Beyond Extra Virgin -BEV-, la Conferencia Internacional sobre el Aceite de Oliva, Sabor y Excelencia, que se centró en las cualidades sensoriales del aceite de oliva virgen extra de una categoría superior, denominada "super-premium". Esta definición, desarrollada hace 5 años por la Asociación 3E -Ética, Excelencia, Economía- engloba los zumos que van más allá de la excelencia y de la calidad, y precisamente, sus responsables, provenientes de Italia, España, Grecia, Francia y California, estuvieron presentes en este ciclo de conferencias

desarrolladas en el hermoso Palazzo di Giusti de Verona.

Promovido por la Academia de Geografía, la Asociación 3E, The Culinary Institute of America (CIA) y la UC Davis Olive Oil Center, el ciclo de jornadas fue inaugurado por Claudio Peri, presidente del Comité Organizador. En las jornadas participaron activamente, entre otros, la delegación de California, incluyendo a personalidades de gran prestigio como Greg Drescher, director de Iniciativas Estratégicas del CIA, la mayor escuela de chefs de EEUU; Jean Xavier Guinard, vicerrector responsable de Relaciones Internacionales en la UC Davis; Dan Flynn, director ejecutivo del Centro de Aceite de Oliva de esta Universidad, y Alexandra Devarenne y Paul Vossen, pioneros investigadores, escritores y críticos especializados en aceite de oliva de California.

Italia no pudo faltar a la cita, y sus representantes cubrieron las áreas más importantes de la producción del país transalpino. Precisamente, Claudio Peri, presidente de la Asociación 3E, fue el anfitrión de las conferencias y ejerció de hilo conductor de todas y cada una de las ponencias. Asimismo, fue muy notable la presencia de Paolo Pascuali, propietario de la Oleoteca Villa Campestri, un resort con la



Calidad



Los platos ofrecidos por los chefs internacionales, además de ser espectaculares, contaron con los AOVEs super-premium como protagonistas absolutos.

tienda gourmet más exquisita del país, situado en los bellos parajes de La Toscana. Le acompañaron, entre otros, Lamberto Baccioni, presidente de Agrivision, empresa dedicada a abastecer las nuevas exigencias de los productores de aceite de oliva; y Erminio Monteleone, profesor del Departamento de Biotecnología Agrícola en la Universidad de Florencia.

También acudieron profesionales de Grecia, como Aris Kefalogiannis, subdirector de la Organización Interprofesional Nacional de Aceite de Oliva y Aceituna (EDOEE); y de Francia, en cuya representación acudió Jean-Benoît Hugues, propietario de la marca de virgen extra super-premium *Castelas*.

La cita estuvo repleta de ponencias, mesas redondas y espectaculares demos-



Las conferencias pusieron de relieve la importancia del conocimiento del consumidor para formar sus preferencias y elegir, ante todo, calidad.

Calidad



La delegación española representó todos los ámbitos del sector, desde los vírgenes extra super-premium, hasta las organizaciones más representativas, chefs y medios de comunicación.

traciones culinarias de chefs llegados de todo el mundo, entre los que destacó la alicantina M^a José San Román, propietaria del premiado restaurante El Monastrell, quien realizó una demostración magistral sobre las "tapas" españolas regadas con los mejores vírgenes extra. Con materias primas como el jamón de jabugo, el pulpo o las fabes, Román deleitó el paladar de los asistentes y les mostró cómo, dependiendo de la variedad de aceituna, cada plato se intensificaba de una manera u otra. A ella le siguieron otros chefs de Las Vegas y Grecia que, en la misma línea, asombraron con sus creaciones y ensalzaron, una vez más, el papel del zumo de las olivas.

¿Qué quiere el consumidor?

A lo largo de los tres días que duró el congreso, fueron muchas las ponencias que giraron en torno al objetivo más importante del sector oleícola en la actualidad: formar al consumidor. Se barajaron innumerables opciones e hipótesis. Hubo quienes aseguraron que el consumidor elegía un virgen extra, sobre todo, por sus beneficios saludables; y hubo quienes sostuvieron que saborear un zumo de olivas era más que una acción, una pasión. Se abogó por el contacto directo con el consumidor, por la transmisión de valores, de atributos positivos y de información para que el consumidor sea consciente y pueda elegir. El tema del lenguaje también fue protagonista, debatiendo sobre los términos que se maneja-

ban en el vocabulario de los aceites y si eran concebidos igual en todo el mundo, llegando a la conclusión de que las diferentes culturas se separaban por barreras de terminología que sólo el sabor y el aroma de un buen virgen extra podrían derribar.

España pone en valor su virgen extra

En cuanto a la delegación española, acudieron a la cita Rosa y Francisco Vañó, los únicos representantes de las excelencias de los zumos españoles con sus vírgenes extra super-premium *Castillo de Canena*; Pedro Barato Triguero, presidente de la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español, acompañado por Teresa Pérez, directora ejecutiva de la organización; Luis Rallo Romero, de la Universidad de Córdoba; Brígida Jiménez, experta catadora, investigadora y directora del Ifapa de Cabra; Enrique García Tenorio, director de Certificación de la DOP Montes de Toledo; Paloma Escorihuela, jefa del Departamento de Productos Agroalimentarios del ICEX; y Mercacei, como medio de comunicación especializado.

Precisamente, fue Pedro Barato quien se encargó de clausurar el evento anunciando la candidatura de España para celebrar la quinta edición de BEV. Durante su discurso ensalzó el pa-

pel de nuestro país, no sólo como máximo productor de aceite de oliva a nivel mundial, sino como ejemplo de calidad.

Asimismo, Barato recordó la gran oportunidad que ofrece un congreso de estas características a la hora de mostrar el "buen hacer de muchas empresas españolas comprometidas con la excelencia", y reiteró el ejemplo de Castillo de Canena, presentes en BEV. Finalmente, el Presidente de la Interprofesional aseguró que en España "tenemos una pasión por los aceites de oliva. Nuestra cultura, nuestra gastronomía y nuestra vida en su conjunto están impregnadas en este maravilloso fruto del olivo". Así, España se despidió hasta el año que viene, cuando se convertirá en la sede de BEV V.



Pedro Barato, durante su intervención sobre la candidatura de España como sede de la quinta edición de BEV.

Calidad, información, educación, promoción...

¿Cuáles fueron las conclusiones más importantes a las que se llegó en BEV IV?

Paolo Pasquali (Propietario de la Oleoteca Villa Campestri)



Lo que más me impresionó durante BEV fue la cooperación entre los chefs de distintas partes del mundo. Ver un chef de La Toscana con una receta española cuyo protagonista era un virgen extra de variedad picual, o un chef de Grecia cocinando a partir de un aceite de oliva de La Toscana, así como chefs de California, Las Vegas o España, compartiendo impresiones, evaluaciones, criterios, propuestas culinarias del aceite de oliva y recetas a base de aceite... constituyó un momento histórico.

Brígida Jiménez (Directora del Centro de Investigación y Formación Agroalimentaria de Cabra)



Para mí lo más importante del Congreso fue la necesidad urgente de todos: países del Mediterráneo, EEUU, sectores productivos, investigadores, restauradores, etc... de exaltar las excelencias del aceite de oliva virgen de gran calidad y diferenciándolo del resto de aceites de oliva.

Rosa Vañó (Socia fundadora y directora de Márketing de Castillo de Canena)



Creo que BEV ha puesto de manifiesto, sobre todo, la importancia del análisis sensorial. Ésta ha sido realmente la esencia de la Conferencia, que ha vertebrado desde el foco agronómico en la obtención de aceites más afines al consumidor, hasta técnicas de molturación que matizan los amargores y picores de determinados variedades y aceites tempranos. Especialmente interesante fue la ponencia del profesor Monteleone en cuanto a los estudios sobre las preferencias del consumidor sobre aceites en cata aislada y cata en maridaje realizada en la universidad de Florencia, y la revolucionaria forma de interactividad con los chefs/presentadores en la experiencia gastronómica de los aceites super-premium.

Paul Vossen (Co-fundador del California Olive Oil Council)



Se puso de relieve el movimiento y la interacción que crean los chefs en el mundo, y que se hizo presente en BEV. Si ellos se pueden juntar alrededor de este movimiento ya tenemos el mejor método de contactar a millones de personas. Además, en los restaurantes se puede ofrecer la oportunidad de catar y probar el sabor de los AOVEs super-premium y, de ese modo, darlos a conocer.

María José San Román (Chef de El Monastrell)



Lo mejor es que el próximo congreso se celebre en España, porque creo que tenemos mucho que decir, y somos los "grandes desconocidos". Para los norteamericanos sólo existen 4 ó 5 aceites que valgan la pena, y claro, eso evidencia su gran desconocimiento; si lo hacemos bien, puede ser la plataforma para dar el gran empujón a este producto que cada día mejora. Me parece que los profesionales tendrán más que decir, pero a nivel personal he vuelto muy animada a usar los monovarietales, como ingredientes diferentes en mis platos; muestra de ello es la cena cata que presenté el 5 de octubre y 23 de noviembre en mi restaurante, El Monastrell (www.monastrell.com).

Alexandra Devarenne (Coordinadora de la Asociación 3E)



Desde mi punto de vista, la importancia de la diversidad biológica fue lo que dio más en el blanco. Escuchamos dos presentaciones sobre la preservación de las variedades de aceituna menos utilizadas y los olivos centenarios, que considero la parte más convincente del ciclo de conferencias. Creo que las pequeñas producciones de AOVEs super-premium serán una buena forma de salvar estas variedades menos comunes.

Dan Flynn (Director Ejecutivo del Centro de Aceite de Oliva de la UC Davis)



El evento fue un claro ejemplo de que la denominación super-premium, de la Asociación 3E, describe la excelencia y la honestidad. Demasiados chefs y consumidores asocian sabores defectuosos, como el enranciamiento, al virgen extra, y muchos incluso muestran preferencias por defectos. Los perfiles de sabor de los super-premium son desconocidos para la mayoría de los consumidores y chefs. Por ello, esta iniciativa puede ayudar a elevar la calidad y la honestidad de todas las calidades de aceite de oliva, no sólo de los aceites de élite, ofreciendo mejores productos a los consumidores y chefs, así como mejores precios para los productores y envasadores.

Lamberto Baccioni (Presidente de Agrivision)



Los chefs se han dado cuenta de que los super-premium pueden contribuir sustancialmente a caracterizar el perfil sensorial de los platos. Definitivamente, estos vírgenes extra se están empezando a considerar ingredientes por sí solos, proporcionando el gusto y sabor para el enriquecimiento de los platos.

Estos AOVEs no son un producto local, sino que se pueden producir en cualquier región utilizando la tecnología de producción adecuada. Para lograr los resultados deseados es necesario desarrollar los conocimientos agrícolas y tecnológicos de los productores. Creo que es necesaria la formación de una nueva figura, que podría denominarse "maestro de aceite de oliva", que tendrá la competencia de gestionar toda la cadena productiva. La educación, definitivamente, ha sido reconocida como un punto clave para el desarrollo de los super-premium.

Claudio Peri (Presidente de la Asociación 3E y organizador de BEV)



Fue el surgimiento de una definición aceptada en todo el mundo de la excelencia en el aceite de oliva virgen extra. Tal vez el consenso sobre este concepto todavía se debe obtener a gran escala, pero la idea fue generalizada en cuanto a la necesidad de llegar a un acuerdo sobre una base de conocimiento voluntaria, no con carácter obligatorio. Asimismo, se presentó un esquema de relación entre los productores y los consumidores de AOVEs de excelente calidad, para que cada uno garantice el correcto comportamiento de ambos y puedan compartir el valor añadido global que se deriva de tal acuerdo. Prueba de ello es la colaboración entre la Asociación 3E, la Oleoteca Villa Campestri y el Culinary Institute of America (CIA). Resultó fundamental, también, el concepto presentado por Erminio Monteleone, quien afirmó que las características sensoriales determinadas por la cata de aceite de oliva *per se* pueden dar resultados insignificantes o engañosos sobre el rendimiento sensorial que luego ofrecerán en los platos cocinados. Estos hallazgos sugieren, obviamente, la necesidad de una revisión de los métodos actuales para la evaluación de la calidad sensorial de los aceites de oliva vírgenes extra. Y, sin duda, especialmente para la evaluación de los super-premium.

Greg Drescher (Director Ejecutivo de Iniciativas Estratégicas de la Culinary Institute of America -CIA-)

Una de las conclusiones más importantes de BEV fue hacer hincapié en la importancia de la diversidad sensorial de los vírgenes extra super-premium en el contexto del uso en la cocina. Hay que focalizar en el efecto que un chef quiere crear con un AOVE en particular o con un maridaje con un alimento concreto. Entonces, ese objetivo sensorial debe trasladarse a lo largo de la cadena de suministro y producción para comenzar a tomar decisiones acerca de qué variedades de olivo plantar, y qué prácticas de cultivo seguir.

Tom Mueller (Periodista y escritor especializado)



Lo más significativo fue llegar a varias conclusiones:

- Que el sabor del aceite de calidad debe ser analizado no sólo por su propia cuenta, sino, sobre todo, en relación con los alimentos con los que se marida
- Que las experiencias educativas y guiadas de aceite en los restaurantes, escuelas de cocina, seminarios, etc., son esenciales para la mejora de la calidad del AOVE
- Que los mejores chefs deben convertirse en portavoces de los zumos super-premium y, por lo tanto, deben estar mucho más formados sobre el tema (sorprende el nivel de ignorancia, incluso entre los mejores chefs)
- Las cualidades saludables del AOVE son el punto clave para convencer a los consumidores de comprar aceite de calidad
- Las leyes y reglamentos actuales son, a menudo, un obstáculo para la valorización de los AOVEs de alta calidad, debido a que tienden a englobar en el mismo saco el aceite de baja calidad junto a la categoría de virgen extra.

