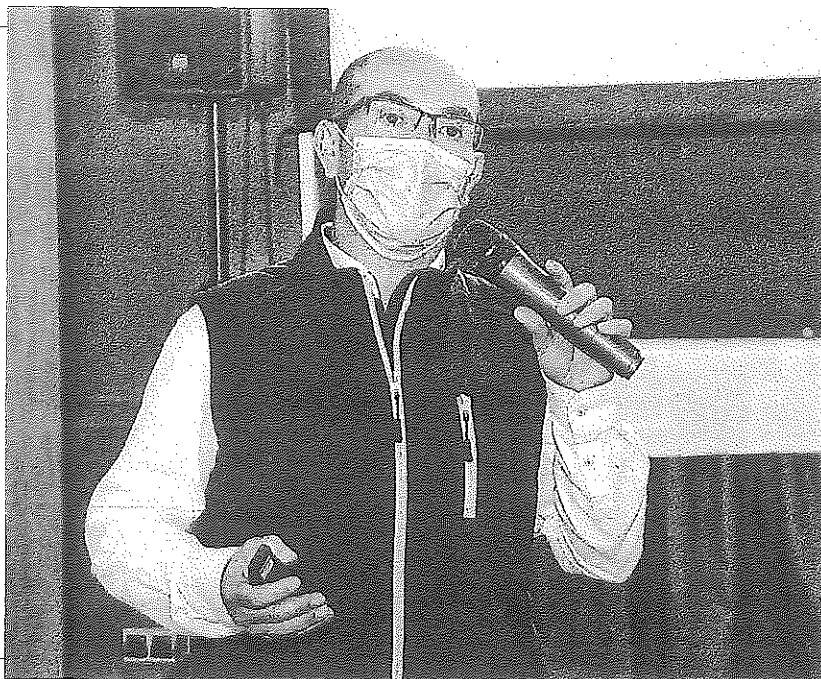


Jorge Martínez Bravo

GERENTE DE APRORA

“Todavía hay muchísima gente que se sorprende al enterarse que existe el aceite del País Vasco”



La campaña del aceite ya se ha activado y el gerente de Aprora, la Asociación para la promoción del aceite y el olivo de Rioja Alavesa, vaticina que será “corta”.

✎ Pablo José Pérez

Villa Lucía acogió hace unos días la primera reunión de los olivares de Aprora para iniciar de manera coordinada el ordeño o vareado, que son dos las técnicas usadas, para recoger esos frutos. Es un primer paso de trabajo profesionalizado en un tiempo nuevo.

—Hemos tenido la primera actividad grupal, en la que hemos comentado aspectos como el inicio de la campaña. La idea es que este tipo de acciones se puedan seguir desarrollando mientras el covid nos lo permita y las normas no lo impidan. Afortunadamente hemos estado en un espacio, Villa Lucía, que nos ha puesto todos los medios sanitarios anti-covid y gracias a ello nos hemos podido reunir de una manera excelente.

¿Se puede decir que están en puertas del ordeño del olivo?

—Así es. El hecho de haber celebrado esta jornada para identificar el momento idóneo de la recolección es precisamente porque se va a comenzar en breve, tanto que hace dos fines de semana, en el trujal Erroiz de Lantziego la asociación Aprora, comenzó con la campaña del aceite. Se va a elaborar un aceite con una intención totalmente altruista y benéfica. En concreto, 325 botellas de medio litro, que se venderán a 10 euros, que irán destinados a Caritas Diocesana de Álava para el Programa de Atención a los Mayores del Mundo Rural.

¿Y el resto?

—A partir de ahí se empieza a mover la campaña, luego irán viniendo las elaboraciones para el aceite ecológico,

co, después el Eusko Label y finalmente las elaboraciones de autoconsumo y demás. La idea es que durante esta primera quincena de noviembre se pongan en marcha los tres trujales que están en la asociación: Moreda, Lantziego y Oion.

¿Cómo pinta este año la campaña?

—La verdad es que después de los análisis que hemos hecho y las visitas a fincas, podemos considerar a priori que va a ser corta, porque tiene pinta de ser, en cantidad de kilos, media o un poquito firando a la baja. Igual este año no está mal, porque debido a estas restricciones de movilidad y demás, nos permitirá ir a trabajar mejor en las almazaras.

La asociación ya cuenta con una figura profesionalizada, el gerente, y unos objetivos económicos claros.

¿El enfoque del aceite empieza a ser empresarial?

—Sí. La asociación ha contado conmigo desde el mes de julio, precisamente con la intención de profesionalizarla, de darle más dimensión y también, sobre todo, una continuidad, porque ha habido otros dos o tres intentos anteriormente, con la Mesa del Olivo y la Mesa del Aceite de Rioja Alavesa, en las que he participado puntualmente con algún estudio, algún proyecto o alguna charla o conferencia, pero al final veíamos que había procesos en los que durante un año o dos años como máximo se retomaba el tema, se ganaban energías e ilusiones y la gente se aglutinaba en el sector del aceite, y luego se iban perdiendo.

¿Qué se pretende en esta nueva etapa y con una nueva asociación?

—Ahora, por fin, queremos darle una imagen más profesionalizada, con un boletín, con asesoramiento desde agronómico hasta sobre el punto de venta final. Nos gustaría invitar también a los distribuidores, a puntos de venta, que vengan a conocer la comarca, estar con ellos y explicarles cuáles son las bondades y el por qué el acei-

te de Rioja Alavesa es diferente del de otras zonas.

¿Se ha podido dar un cierto complejo de inferioridad entre los productores frente a otras zonas?

—Yo creo que lo ha podido haber en cierto modo, pero lo que he visto más es que falta que demos a conocer que existe el aceite de Álava, el aceite de Rioja Alavesa. Quizás eso sea lo más importante, porque todavía hay muchísima gente que se sorprende al enterarse que existe el aceite del País Vasco. Por eso, lo principal es que se conozca, que se sepa, porque en lo que se refiere a la tecnología, sí que es cierto que las almazaras son pequeñas si las comparamos con cualquier almazara media del resto del Estado, pero son almazaras adecuadas al tamaño y producción que hay en Rioja Alavesa.

¿Cuáles son esas virtudes de las almazaras de Rioja Alavesa?

—Son almazaras que permiten un tratamiento mucho más personalizado, en pequeños lotes: Permite que no haya acumulación y se dejen amontonadas, o *atrujadas* como se decía antes, las aceitunas, porque se estropean, ya que la aceituna es un fruto y hay que trabajarlo cuanto antes para obtener las mejores cualidades en el

“Hay una demanda social hacia los productos más beneficiosos o que dañen menos el medio ambiente”

“Si no hay un respaldo de las instituciones no sería posible que iniciásemos esta andadura”

“De momento somos 24, que no es una cifra pequeña porque representan el 80 por ciento del sector”

aceite. Y todo eso se consigue gracias al tamaño de las almazaras que están en la asociación.

¿Qué papel ha desempeñado su empresa Zeytum en el desarrollo del aceite de Rioja Alavesa?

—Desde hace más de 2.000 años hay plantaciones de olivos en la comarca. Hubo un máximo histórico a principios del siglo pasado con 1.000/1.100 hectáreas que luego se redujeron, después de la guerra civil por las necesidades que había de madera. Más tarde, con el boom de la uva, hizo que se arrancaran muchas hectáreas de olivo y posteriormente se empezó a retomar el valor y a modernizar el sector, a finales de los 90, aproximadamente.

El gran momento del aceite de la comarca llegó cuando se otorgaron las certificaciones de ecológico, Eusko Label. ¿Es la mejor promoción del aceite?

—Sí. Hay una demanda social hacia los productos más beneficiosos o que dañen menos el medio ambiente. Y en ese sentido el ecológico es importante. También hay una parte notable de garantía con el Eusko Label, que lo da porque antes se han analizado tanto los cultivos como el producto final para garantizar que cumple todos los requisitos de calidad, que son más exigentes a veces que algunas denominaciones de origen del resto del Estado.

¿El Gobierno Vasco y la Diputación de Álava están respaldando esta nueva etapa del aceite?

—Afortunadamente, y como no puede ser de otra manera, en estos inicios, cuando somos pocos, pequeñitos, si no hay un respaldo de las instituciones no sería posible que iniciásemos esta andadura y lo que queremos conseguir es que en unos años, sea tan solvente como para que los propios asociados puedan mantener la asociación. Y que el Gobierno Vasco vea que merece la pena porque realmen-

te se han plantado olivos y se está generando tejido productivo y, lo que es importante, asentamiento de población, así como mejora y mantenimiento de la calidad medioambiental. Porque los olivos de Rioja Alavesa están —muchos de ellos— en cunetas, ribazos, en fincas en ladera, en las que si no estuviese el olivo, la erosión acabaría son esos terrenos.

La comarca cuenta con varios trujales. ¿Son suficientes a día de hoy?

—Ahora mismo sí lo es para las hectáreas y para la producción que hay. Puede haber un máximo, en una campaña muy buena, de 400.000 kilos de aceitunas, que vienen a ser unos 100.000/120.000 litros de aceite de oliva.

Terminada la recolección de este año, ¿cuáles son los próximos objetivos de Aprora?

—Ahora mismo estamos centrados en la campaña que comenzó hace dos sábados y a partir de que tengamos los aceites en las bodegas los cataremos, organizaremos y prepararemos los lotes y llegará el momento de sacarlo al mercado. Para ese momento nos gustaría tener ya una imagen sólida de la asociación.

¿Se va a recuperar la Fiesta del aceite?

—En cuanto el covid nos deje es una de las cuestiones que está encima de la mesa y que todas las personas del sector están deseando. Es un momento muy emotivo, no solo por la gente que nos juntamos allí, tanto de aquí como de otros lugares, sino también porque ayuda a dar a conocer la comarca por el aceite y por el resto de productos. ¿Qué se espera de los olivaresos?

—Que se asocien, que vengan para trabajar juntos por el aceite de Rioja Alavesa. De momento somos 24, que no es una cifra pequeña porque representan el 80 por ciento del sector, y creo que se van a animar a inscribirse nuevos socios en el momento que vean que esto se mueve. ●