



AGUSTÍN MUÑOZ

Heiko Schmidt

Presidente de la World's Best Olive Oils (Asociación de los Mejores Aceites del Mundo)

“Un premio sirve mucho para vender el aceite”

Entrevista

ENRIQUE ALONSO

—Su asociación elabora desde Alemania la clasificación de los mejores aceites de oliva del mundo, que luego tiene un impacto muy importante en el mercado. ¿Cómo trabajan para elaborar este ranking?

—La idea partió hace tiempo. Hay muchos concursos y premios de calidad en el mundo, aunque cada uno aplica métodos distintos. Nos centramos en certámenes internacionales, con prestigio y con gran participación de aceites, que tienen normas muy estrictas. Vemos la valoración de las muestras en cada uno de los concursos para hacer la clasificación. No obstante, para próximas ediciones, la manera de puntuar será mucho más compleja, ya que se valorarán algunos concursos por encima de otros y en lo más alto estará el Premio Mario Solinas del Consejo Oleícola Internacional (COI). Sabemos que hay certámenes más rigurosos que otros.

—En la clasificación de la última campaña, los aceites de Jaén salieron muy bien parados. Diez de ellos están entre los cincuenta mejores del mundo. ¿Les ha sorprendido este tremendo salto hacia la calidad de algunas empresas de la provincia?

—No nos ha sorprendido. Entiendo que haya gente que les pase pero se debe a que no tienen una percepción de los aceites que se producen en Jaén como la que tenemos nosotros. Sabemos que aquí hay buenos productores, aunque es una auténtica pena

Una decena de aceites de Jaén, entre los 50 mejores

La World's Best Olive Oil ofreció su clasificación de los 50 mejores aceites del mundo. Existen 10 hechos en Jaén que están en su listado. Se venden con las marcas Oro Bailén, Cortijo La Torre, Melgarejo, Potosí 10 y Castillo de Canena.

que no sea una visión general en el mundo. Los premios son una consecuencia del trabajo que realizan, que destaca por la limpieza y el cuidado desde el campo hasta el envasado. No obstante, en el mundo hay empresas que lo hacen también muy bien, por lo que el espacio en el “top” —en todo lo alto— resulta muy estrecho. Existe una tremenda competitividad.

—¿Por qué cree que no se conoce en el mundo la calidad de los aceites de Jaén?

—Históricamente, los italianos lo han hecho mejor. Son los maestros a la hora de proyectar la imagen de calidad a los mercados. Hay que hacer mucho marketing, por lo que resulta costoso. Resulta necesaria la publicidad, pero es cara. La calidad de Jaén se basa en el “boca a boca” de la gente que se interesa por los buenos vírgenes

extra. Si miramos a la Interprofesional del Aceite de Oliva, también vemos que no se enfoca tanto al extra como se debería.

—¿Cómo se ve la calidad del aceite, por ejemplo, en su país, que es Alemania?

—Allí se piensa que los mejores aceites vienen de Italia, aunque luego si miramos lo que produce Italia, lo que consume y lo que exporta queda claro que los números no cuadran o, dicho de otro modo, que el aceite que compra se produce en España. Jaén se ha centrado en el pasado en dar mucho aceite más que en lograr zumos excelentes.

—¿Cuál es el mejor aceite del mundo?

—Todos los que seleccionamos en nuestra clasificación están por el mismo nivel. Hay mínimas diferencias. El ranking se ha de tomar como los que han tenido mayor éxito en la última campaña.

—¿A cuánto se debe de vender los mejores aceites de oliva del mundo?

—En Alemania se paga, como media, a 15 euros puesto en la tienda en un envase de medio litro. Cuidar bien el olivar, recolectarlo de forma temprana conlleva pérdida de rendimiento y los procesos de molturación y envasado son más costosos. Creo que se trata de un precio justo.

—¿Qué cree que se le pasa por la cabeza a un olivarero que le pagan su aceite extra a 2,40 euros por kilo y sepa que en Alemania se vende a 30 euros el litro cuando se coloca en las tiendas?

—El precio de un litro se fija por la demanda y la oferta. Las entidades que juegan son grandes compradoras y distribuidoras y envasadoras gigantes. La diferencia entre un extra y un lampante no es demasiada, por lo que el olivarero se le viene a la cabeza la idea: ¿Para qué hacer tanto esfuerzo si no se obtiene recompensa? No obstante, si no se mejora la calidad general del aceite, no llegaremos a otros precios. También a granel se puede hacer y vender a 4 euros en vez de a 2,40. Existe demanda para que pase esto.

—¿Qué le parecen los aceites que se encuentran en los supermercados?

—No se puede generalizar, pero muchos cuentan con un perfil penoso. En Alemania, hace poco, hicimos una evaluación de 35 aceites de oliva y solo 4 no tenían defectos sensoriales. Algo similar pasa en los supermercados españoles. Si no logramos mejores extras y sabemos venderlos, nunca se mejorará el precio. Si las empresas se centran en lograr galardones en calidad, no hay duda de que les servirán para, luego, vender mejor el resto. Así cogen prestigio, que les ayuda en el mercado.

—¿Qué piensan los alemanes del aceite?

—No tiene la misma posición que en España, Italia y Grecia, pero sí tenemos un consumidor medio más informado e interesado por aspectos ligados a la salud.



AGUSTIN MUÑOZ

EN JAÉN. Heiko Schmidt aumenta sus conocimientos sobre aceites en la Universidad.

“El mejor aceite del mundo mima la aceituna”

—Un alemán como usted... ¿Por qué se interesa tanto por el mundo del aceite?

—Me parece un tema apasionante. Te engancha.

—Pero... ¿Por qué? ¿Cómo le surge la vocación?

—Me formé en la Universidad de Salamanca y me interesa mucho España y sus productos.

—¿Hay olivos en Alemania?

—Tenemos una plantación muy pequeña, pero es de tipo totalmente experimental. Se encuentra cerca de Colonia.

—La clasificación de los mejores aceites del mundo ha te-

nido una gran repercusión en España. ¿Le ha sorprendido?

—Nos encanta que se haya hablado tanto del ranking de los mejores aceites del mundo que hicimos desde nuestra asociación.

—¿Qué tienen los mejores aceites que es lo que le falta al resto de los caldos?

—Una buena plantación, una cosecha temprana que conserva los aromas, aceitunas sanas, buen transporte y recolección, elaboración a baja temperatura y ciertas normas en el envasado.