

Comunicado de prensa ANIERAC

LAS VENTAS DE ANIERAC SUPERAN LOS 704 MILLONES DE LITROS

Madrid, 15 de noviembre de 2011. Esta mañana el presidente de ANIERAC ha presentado un balance global de la situación general del sector, incluyendo la evolución de las ventas de las empresas de la asociación el pasado año.

El informe destaca que durante la **campaña 2010/2011** las 81 empresas que forman parte de ANIERAC han puesto en el mercado un total de **704 millones de litros** de aceite (un 0,90% menos que la campaña anterior), de los que 356 millones fueron de aceite de oliva y 348 millones del resto de aceites, fundamentalmente girasol. La cuota de mercado de los aceites de oliva sigue siendo algo más de la mitad, el 50,59%. La pasada campaña era el 51,72%.

Por cantidad, los aceites de oliva han bajado un 3,06% mientras que los de semillas suben, un 0,34% el girasol, que es el que más acumula, 296 millones de litros, y un 14,79% el resto.

Entre los olivas, el que alcanzó mayor volumen de ventas fue el oliva suave, 163,1 millones de litros, seguido del virgen extra, con 110,7. Sin embargo, estas dos categorías disminuyen sus cifras respecto a la pasada campaña, en la que sumaron 175,4 y 118,3 millones de litros respectivamente. Por el contrario, se observa un incremento en las otras dos categorías: el intenso pasa de 69,8 millones de litros a 70,3 y el virgen, que es el que más crece, de 4,3 millones de litros a 12,5 millones de litros.

Respecto a las **previsiones de cosecha** para la próxima campaña, con los datos disponibles hasta ahora se puede pensar que estamos ante una campaña de volúmenes similares a la anterior.

El presidente de ANIERAC ha querido resaltar “lo positivo de estas cifras en unos momentos complicados para el mercado por la coyuntura económica general”. De todos modos, también ha apuntado que hay temas importantes que el sector debe plantearse para continuar con un crecimiento sostenido en el futuro, solucionando desequilibrios entre producción y consumo para conseguir una mayor rentabilidad para todos los operadores.

Para avanzar, abrir nuevos mercados, desarrollar nuevos productos, captar nuevos consumidores, es fundamental la inversión que realizan las marcas de fabricante que tienen que competir con las marcas blancas.

En este camino futuro, ha querido señalar el importante papel que se está realizando desde la **Interprofesional del Aceite de Oliva Español**, especialmente en el campo de la promoción, un organismo en el que colaboran los diferentes agentes del sector, olivaderos, almazaras, operadores, refinadores, envasadores y exportadores.

Personas de contacto:

Pilar Suárez-Carreño
María Asarta

pilar@sc-comunicacion.com
maria@sc-comunicacion.com

Tel.: 91 575 45 05
Tel.: 91 575 45 05