

A clear glass bottle of Orujo de Oliva oil, tilted diagonally. The bottle has a black label with white text. The background is a blurred white brick wall and a plate of food with green herbs.

ACEITE
**de ORUJO
de OLIVA**



ACEITE PARA FREIR
El mejor

Informe anual 2021

Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva





Índice

1	Carta del presidente.....	5
2	Panorámica del sector.....	7
3	Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva.....	15
4	Actividad	
	Investigación y Desarrollo.....	19
	Marketing y Comunicación.....	25
5	ORIVA en cifras.....	41

ACEITE
de ORUJO
de OLIVA

ACEITE PARA FREIR
El mejor



Carta del Presidente

José Luis Maestro Sánchez-Cano

Presidente de ORIVA



Presentamos en estas páginas un balance de la actividad de ORIVA, la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva, para el ejercicio 2021. El año ha estado marcado por la aprobación de una nueva Extensión de Norma que abre las puertas a un futuro prometedor para el sector del Aceite de Orujo de Oliva. En este año bisagra partimos de la base de las cinco campañas que han ocupado la primera Extensión de Norma como punto de partida para iniciar una nueva etapa en la que nuestro propósito sigue inalterable: poner en valor el Aceite de Orujo de Oliva en el mercado interno. Con este objetivo común continuamos apostando por las dos principales líneas de actividad de la Interprofesional: Investigación y Comunicación.

Con este trasfondo, 2021 ha seguido condicionado por la pandemia y la incertidumbre, mostrándose como un ejercicio complejo, pero decisivo para nuestro futuro. A pesar de las limitaciones sanitarias, el balance de ORIVA es positivo, con una actividad muy dinámica en sus dos áreas de actividad.

En el área de Investigación y Desarrollo (I+D), hemos experimentado una mayor normalización de la actividad, recuperando el retraso que la pandemia había ocasionado en los plazos previstos en las líneas de investigación. El equipo de investigadores del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) ha concluido los cuatro estudios que estaban en curso. Esta circunstancia nos proporciona un valioso contenido científico que iremos publicando progresivamente.

A la finalización de estas investigaciones hay que añadir otro hito destacado como es la firma de dos nuevos contratos en I+D que seguirán explorando los usos culinarios del Aceite de Orujo de Oliva.

Asimismo, es destacable la diversificación de ámbitos de actuación con la activación de nuevos proyectos relacionados con la sostenibilidad y la calidad que nos ayudarán a impulsar las ventajas competitivas del sector orujero.

En el área de Comunicación, la crisis del coronavirus ha seguido impidiendo la realización de determinadas acciones como la participación en ferias o la celebración de El Duelo, una de las iniciativas más eficaces y con mayor arraigo de ORIVA.

El entorno digital se ha consolidado como la alternativa para otras iniciativas como los Premios ORIVA de Comunicación o los programas formativos de Aula ORIVA, plataforma que ha experimentado un considerable impulso durante este año con nuevos contenidos y formatos. Pero el entorno digital tiene entidad propia y también durante este ejercicio se han redoblado los esfuerzos implementando colaboraciones con *influencers* y generando una comunidad cada vez más sólida en torno a los perfiles sociales de ORIVA. Colaboraciones con el Canal Horeca y la Distribución alimentaria, patrocinios y la campaña anual de publicidad vienen a completar un 2021 que ha sido un año bisagra en un doble sentido: la nueva Extensión de Norma y la transición hacia la normalización de la pandemia.

ACEITE
de ORUJO
de OLIVA



ACEITE PARA GUISOS
El mejor

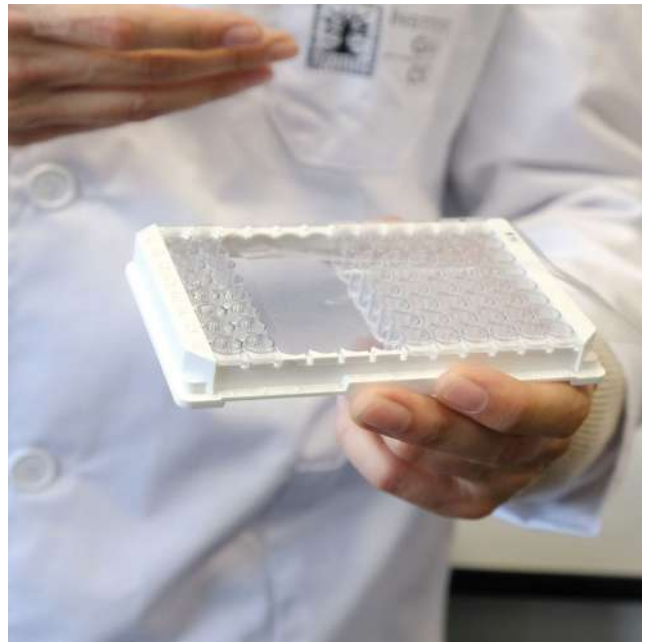


2

Panorámica del sector

ORIVA representa a toda la cadena de valor del Aceite de Orujo de Oliva. Un producto único, clave en el olivar, pero aún muy poco conocido en nuestro país. Desde su puesta en marcha en 2015, ORIVA trabaja para la promoción y puesta en valor de este aceite único, abordando distintos ángulos del producto

y del sector orujero -alimentario, socioeconómico y medioambiental-, siendo la investigación y la comunicación los ejes transversales. Esta base se ha mantenido estable en el tiempo, también en 2021, que sigue condicionado por la evolución de la pandemia sanitaria.



Valor alimentario

El Aceite de Orujo de Oliva es **una de las cuatro categorías comerciales** provenientes del olivar reconocidas en la legislación de la Unión Europea (Reglamento CE 1019/2002): Aceite de Oliva Virgen Extra; Aceite de Oliva Virgen; Aceite de Oliva y Aceite de Orujo de Oliva. Se diferencia de las categorías de oliva por el momento y método de producción. Su procedencia del olivar se observa en su composición. Se trata de un tipo de aceite muy rico en ácido oleico (hasta un 80%); y un 2% de compuestos bioactivos de gran interés nutricional. La composición del Aceite

de Orujo de Oliva también explica sus ventajas en cocina. Entre los principales usos destaca en **fritura** por su resistencia a la oxidación y a las altas temperaturas. También por su sabor suave y rentabilidad, ya que se ha comprobado que puede usarse más del doble de veces que los aceites de semilla más usados en las cocinas. Además de en fritura, ofrece buenos resultados en sofritos, salsas y repostería, por lo que es una alternativa muy completa y versátil. De ahí su interés tanto para uso profesional -en industria alimentaria o en restauración-, como para consumidor final.

Valor socioeconómico

El sector orujero en la campaña 2020-2021 ha tenido activas 49 extractoras y 10 plantas de refinería implantadas en Andalucía, Castilla La Mancha, Cataluña, Extremadura, Navarra y Murcia. Fuente de riqueza y de empleo, genera 3.000 puestos de trabajo directos -42% trabajadores fijos y 58% eventuales- y 15.000 indirectos.



Producción y facturación

España ha vuelto a ocupar la primera posición en la producción mundial de Aceite de Orujo de Oliva. Durante la campaña 2020/2021 se han producido 131.478 toneladas de Aceite de Orujo de Oliva crudo, ligeramente por encima de la producción media de las cuatro campañas previas, que es de 125.990

toneladas. Asimismo, la facturación ha logrado alcanzar los 351, 82 millones de euros, lo que supone un aumento notable en la comercialización de los aceites del 39%, según los datos aportados por ANEO (Asociación Nacional de Empresas del Aceite de Orujo de Oliva).

España es el primer productor mundial de Aceite de Orujo de Oliva

Campaña	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021
Producción AOOC	115.243	117.302	131.070	128.111	131.478

Dato en toneladas, AOO: Aceite de Orujo de Oliva Crudo.
Fuente: AICA, Agencia de Información y Control Alimentario

Las ventas en el mercado interno

crecieron un 12,1%

en la campaña 2020/2021

Mercado interno

La recuperación económica del Canal Horeca ha tenido un impacto muy positivo en el consumo de Aceite de Orujo de Oliva en el mercado interior. Gracias a la vuelta de la restauración y la hostelería tras la pandemia, las ventas del mejor aceite para frituras, salsas y postres han ascendido a 13.157 toneladas. Esta cifra supone un aumento del 12,1% en comparación con la campaña anterior, y un descenso del 9,2% respecto a la media de las cuatro anteriores. Cabe destacar que estos datos son exclusivos a las ventas de los asociados de la Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (ANIERAC), que representan el 65% del mercado interior.



Campaña	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021
Ventas ANIERAC	16.831	13.972	12.642	11.738	13.157
Ventas totales	21.039	17.572	15.802	14.672	16.447

Dato en toneladas, AOO: Aceite de Orujo de Oliva envasado.
Fuente: AICA, Agencia de Información y Control Alimentario

Mercado exterior

Las exportaciones de Aceite de Orujo de Oliva han vuelto a acaparar el grueso de las ventas, con un 85% del total. La cantidad exportada en la campaña

2020/2021 ha sido de 122.298,14, un 30,6% mayor que en la campaña anterior y un 17,8% superior que en la media de las cuatro anteriores.

Campaña	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021
Exportación	106.130	108.575	111.613	93.656	122.298
Importación	65.331	87.111	63.761	75.791	73.045

Dato en toneladas.
Fuente: DataComex y ANEO.

Los principales mercados en esta campaña han sido: Italia, Estados Unidos, Portugal, Emiratos Árabes Unidos y Reino Unido. Sobre el valor de las exportaciones, se ha situado en cerca de 187 millones de euros, un 28,9% por encima de la campaña 2019/2020 y un -11,1% menos que la media

de las cuatro últimas campañas. Por lo que respecta a la cantidad importada, ha aumentado con un **crecimiento del 26,1%** con respecto a la campaña anterior, debido fundamentalmente a factores como la gran producción de Aceite de Oliva y Orujo de Oliva en el resto de países de la Cuenca Mediterránea.

Campaña	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021
Exportación	250.585	281.988	203.899	145.074	186.909
Importación	89.266	134.667	62.176	75.791	59.021

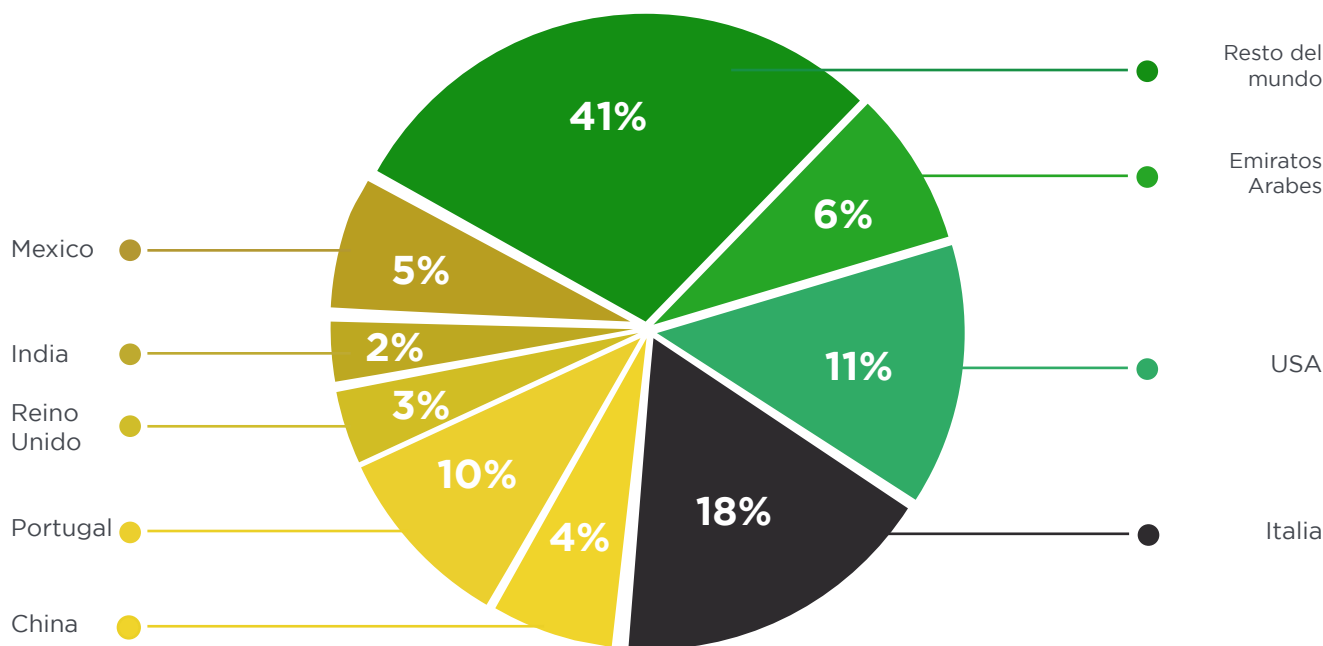
Dato en toneladas.
Fuente: DataComex y ANEO.

Las exportaciones

crecieron un 30,6%

en la campaña 2020/2021

Principales destinos de exportación C2020/2021



Fuente: DataComex y ANEO

Valoración subproductos

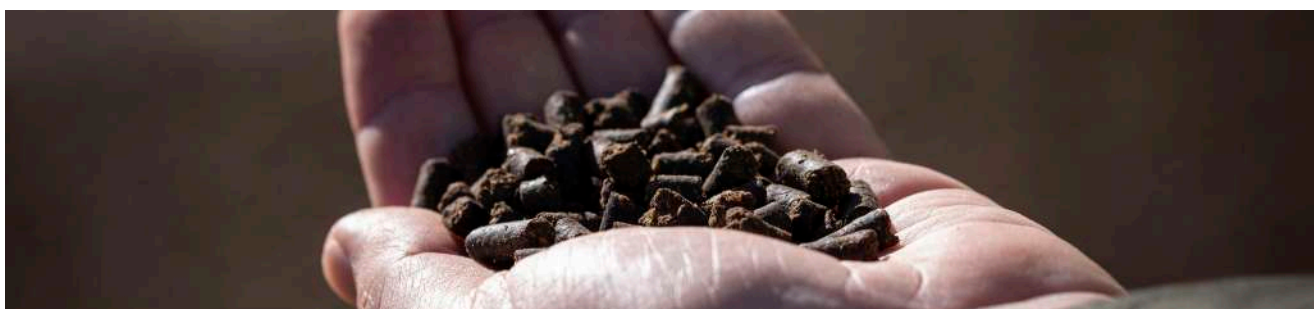
En la campaña 2020/2021, las extractoras han registrado una entrada media de orujo graso húmedo de 8,7 millones de toneladas. **La industria ha obtenido 1,4 millones de toneladas de orujillo y 657.637 toneladas de hueso de aceituna, pulpa de aceituna y cenizas para sus usos como compost o biomasa.** Con respecto a la campaña anterior, han aumentado los ingresos generados por la comercialización de la biomasa, llegando a un total de 77,7 millones de euros, que ha representado el 37% de los ingresos de las orujeras, valor próximo al 40% establecido en la Cadena de Valor del Aceite de Orujo de Oliva realizada por el Ministerio de Agricultura en la campaña 2011/2012, debido al bajo precio del Aceite de Orujo de Oliva crudo y a un pequeño repunte del precio del orujillo. En cuanto a la energía obtenida en el proceso de producción del Aceite de Orujo de Oliva, se ha generado energía eléctrica (KW-Verde) en el secado (215 MW instalados).



Valor medioambiental

En pleno contexto de transición energética y reto demográfico, con la Agenda 2030 cada vez más cercana en el horizonte, el sector orujero se ha anticipado a la transformación en los modelos de producción que, necesariamente, buscan patrones de desarrollo sostenible. Al gestionar al 100% los subproductos del olivar, se posibilita un **claro sistema de economía circular y residuo cero**.

Si de cada kilogramo de aceituna que llega a la almazara el 20% es Aceite de Oliva, el resto, el 80% de la aceituna, tiene una vida útil gracias al tratamiento del alperujo u orujo graso húmedo que se hace desde el sector orujero. En la última campaña 2020/2021 **la industria ha valorizado 8,7 millones de toneladas de alperujo u orujo graso húmedo** en distintas aplicaciones.



Aplicaciones energéticas: biomasa del olivar

Es relevante señalar que, entre los subproductos que genera la industria orujera, podemos encontrar dos tipos diferentes de biomasa: el propio hueso de la aceituna y el orujillo. Gracias a su importante contenido

energético, se utilizan tanto para el autoconsumo en las propias instalaciones, para el secado del orujo, como para la generación de electricidad en plantas de biomasa.

APROVECHAMIENTO ENERGÉTICO EN BIOMASA	
Hueso de aceituna	
Producción de hueso	657.637 tn
Autoconsumo	164.409 (25%)
Comercialización	493.228 (75%)
Orujillo	
Producción	1.456.691 tn
Autoconsumo	276.771 (19%)
Orujillo eléctrico	670.078 (46%)
Otras ventas	509.842 (35%)

Fuente: DataComex y ANEO

Tecnologías del sector

Actualmente, las tecnologías que conviven en la industria orujera son las siguientes:

Combustión directa: el orujillo y/o el hueso de aceituna se pueden quemar directamente en calderas para la obtención de energía térmica. Esta puede aprovecharse en la misma industria del orujo para la extracción de aceite o para el secado, aunque también puede venderse a otras industrias para usos térmicos diversos.

Generación de energía eléctrica en ciclos de vapor: se realiza principalmente utilizando la biomasa de orujillo como combustible, con la excepción de dos centrales que utilizan

orujo graso húmedo. Cualquiera de las dos variedades entra en la caldera para generar vapor, que se aprovecha en una turbina para producir electricidad.

Algunas industrias del sector utilizan la **cogeneración** en su proceso productivo. En este caso, bien mediante un motor alternativo o una turbina de gas, se generan de forma simultánea energía eléctrica y térmica, aprovechándose esta última en el secado del orujo.

Aplicaciones sanitarias: industria farmacéutica

La industria consigue además la extracción de otros compuestos de alto valor añadido con aplicaciones

nutricionales y cosméticas, muy apreciadas por la industria farmacéutica. Principalmente:

Fenoles: un compuesto de alto poder antioxidante, disuelto en la fase acuosa del orujo graso húmedo, con amplia aplicación en cosméticos y complementos alimenticios.

Hidroxitirosol: antioxidante existente en el alpeorujo del que se obtienen derivados, como los nitrocatecoles, con un gran poder alimenticio y aplicaciones en el tratamiento oncológico.





3

Interprofesional

La unión del sector

La Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva es una entidad que nace el 7 de mayo de 2015. Pero no es hasta el 7 de enero de 2016 que se constituye oficialmente a través de la publicación en el Boletín Oficial del Estado (BOE) de la Orden AAA/2894/2015, de 21 de diciembre.

En 2021 se aprueba la segunda Extensión de Norma de la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva con la publicación en el BOE de la Orden APA/930/2021,

de 31 de agosto, 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 el conocimiento sobre los mercados y realizar programas de investigación, desarrollo, innovación tecnológica y estudios durante las campañas 2021/2022, 2022/2023 y 2023/2024.

Parte productora



INFAOLIVA (Federación Española de Industriales Fabricantes de Aceite de Oliva): representante de las almazaras y proveedores de materia prima, orujo graso húmedo, procedente de la molturación de la aceituna.



Cooperativas Agroalimentarias de España: proveen igualmente de materia prima, orujo graso húmedo, a las extractoras orujeras.



ANEO (Asociación Nacional de Empresas de Aceite de Orujo de Oliva): supone el 74% de los centros de trabajo en la parte productora/extractora y el 92% de la producción de Aceite de Orujo de Oliva crudo. Además, representa el 100% de las empresas refinadoras y el 100% del Aceite de Orujo de Oliva refinado.



ANIERAC (Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles): principales comercializadores del Aceite de Orujo de Oliva envasado en el mercado interior.



ASOLIVA (Asociación Española de la Industria y el Comercio Exportador de Aceite de Oliva): se encarga de la fase de exportación. 22 de sus empresas asociadas se focalizan en mercados exteriores para el Aceite de Orujo de Oliva.

Parte industrial



Órganos de gobierno y administración

De la unión de estas asociaciones surgen los órganos de gobierno y administración de ORIVA: la Asamblea General y la Junta Directiva. Este órgano de Gobierno

se compone de 14 miembros que representan y gestionan la Interprofesional, junto a la directora general.

Junta directiva:

- Presidente: José Luis Maestro Sánchez-Cano.
- Vicepresidente: Antonio Gallego Díaz.
- Vicepresidente: Jaime Osta Gallego.
- Vicepresidente: Francisco Serrano Osuna.
- Secretario: Álvaro Espuny Rodríguez.
- Tesorero: José Luis Sánchez-Migallón García.

Dirección general:

- Alicia Vives Gutiérrez.

Vocales:

- Francisco Faiges Borrás.
- Primitivo Fernández Andrés.
- Juan de Dios Gálvez Daza.
- Rafael Pico Lapuente.
- Alfonso Javier Ruiz García.
- Rafael Sánchez de Puerta Díaz.
- Gaspar Vañó Fernández.
- Manuel Villén Otero.

Grupos de trabajo

ORIVA en la actualidad tiene activos dos Grupos de Trabajo, denominados Grupos de Gestión Permanente de Comunicación y Marketing (GGPCM) y Grupo de

Gestión Permanente de I+D (GGPID), que se encargan de coordinar las actividades y preparar las temáticas para la Junta Directiva.

Representatividad

ORIVA, y sus asociaciones miembros, aglutina bajo sus siglas la mayoría productiva y transformadora y comercializadora del sector del Aceite de Orujo de

Oliva de España, y lo hace con paridad de las dos ramas representadas: Producción (50%); y Transformación y Comercio (50%).

Sector productor	(50%)
ANEO (extractoras)	(42%)
Coop. Agroalimentarias	(5%)
INFAOLIVA	(3%)

Sector industrial	(50%)
ANEO (industriales)	(44%)
ANIERAC	(3%)
ASOLIVA	(3%)

Objetivos

Velando por los intereses de toda la cadena de valor del Aceite de Orujo de Oliva, los objetivos de ORIVA se centran en generar **acciones de promoción y divulgación, realizar estudios e investigaciones y promover el desarrollo y la innovación tecnológica.**

Para ello, ORIVA trabaja en dos líneas I+D y Comunicación, con el fin de hacer más visible y

recuperar el reconocimiento social del Aceite de Orujo de Oliva y del sector; incentivar el conocimiento y el consumo del Aceite de Orujo de Oliva en el Canal Horeca (Hostelería, Restauración y Catering), la industria alimentaria (conservas, aperitivos embolsados, etc.) y entre los consumidores, con especial atención a la comunicación digital.



ACEITE
**de ORUJO
de OLIVA**



ACEITE PARA FREIR
El mejor



4

Actividad

Investigación y Desarrollo

La Investigación y el Desarrollo (I+D) es uno de los pilares básicos de la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva. Desde el nacimiento de ORIVA, se define como una línea estratégica para impulsar el sector, generando conocimiento científico y promoviendo la innovación.

Durante la primera Extensión de Norma, los esfuerzos se han dirigido a **estudiar el producto explorando su potencial saludable y culinario**. Para ello, ORIVA ha promovido distintos estudios en colaboración con la mayor institución pública de España dedicada a la investigación científica y técnica y una de las más destacadas del Espacio Europeo de Investigación: el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). Las sinergias creadas entre ambas entidades han favorecido además la colaboración en otras actividades divulgativas, formativas e informativas.

En 2021 se ha consolidado esta línea con la finalización de los estudios en curso y la puesta en marcha de nuevas investigaciones centradas en los usos culinarios, la calidad del producto y la sostenibilidad en el sistema productivo del sector orujero español.



Líneas de investigación científica

La colaboración entre ORIVA y el CSIC se canaliza a través de dos de sus centros especializados: el Instituto de la Grasa (IG) y el Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición (ICTAN). El balance es realmente positivo con siete investigaciones concluidas desde la creación de ORIVA en 2015.

Investigaciones concluidas en 2021

“PROTECCIÓN FRENTE A LA ENFERMEDAD DE ALZHEIMER MEDIANTE LA ATENUACIÓN DE LA ACTIVACIÓN DE MICROGLÍA POR EL ACEITE DE ORUJO DE OLIVA” (II FASE)

Centro investigador	Instituto de la Grasa-CSIC.
Investigador principal	Javier Sánchez Perona.
Objetivo	Los resultados de la primera fase del estudio sugieren que los compuestos bioactivos del Aceite de Orujo de Oliva podrían tener un efecto protector frente a la enfermedad de alzheimer mediante la atenuación de la activación de la microglía. En la segunda fase, se lleva a cabo un estudio clínico para poder determinar si los efectos observados son replicables en humanos.
Resultados	Previsiones de publicación en revista científica en 2022.
Duración	Un año.

“EVALUACIÓN DEL EFECTO EN SALUD DEL ACEITE DE ORUJO DE OLIVA EN CONSUMIDORES SANOS Y EN POBLACIÓN DE RIESGO”

Centro investigador	Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición - CSIC.
Investigador principal	Raquel Mateos Briz.
Objetivo	La investigación aborda la influencia de la calidad de la grasa del Aceite de Orujo de Oliva, así como su importante contenido en componentes minoritarios, es decir, ácidos y alcoholes triterpénicos, escualeno, tocoferoles, esteroides, alcoholes grasos alifáticos y compuestos fenólicos, en salud cardiovascular, y en comparación con los efectos del aceite de girasol alto oleico.
Resultados	Previsiones de publicación en revista científica en 2022.
Duración	Cuatro años.

“EFECTO DIFERENCIAL DEL ACEITE DE ORUJO DE OLIVA FRENTE A ACEITE DE GIRASOL MEJORANDO MARCADORES CARDIOMETABÓLICOS. ENSAYO CLÍNICO EN HUMANOS”

Centro investigador	Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición - CSIC.
Investigador principal	Raquel Mateos Briz.
Objetivo	El objetivo del estudio es conocer el potencial del Aceite de Orujo de Oliva en indicadores de salud cardiovascular y patologías asociadas como la hipertensión, la diabetes o la obesidad, en comparación con el aceite de girasol. Además, la investigación se plantea evaluar el impacto de los compuestos bioactivos del Aceite de Orujo de Oliva. Los ensayos clínicos se llevarán a cabo en voluntarios sanos y en sujetos de riesgo diagnosticados de hipercolesterolemia (niveles de colesterol en sangre de 200 mg/dL).
Resultados	Previsiones de publicación en revista científica en 2022.
Duración	Dos años.

Investigaciones en proceso

“ACEITE DE ORUJO DE OLIVA COMO INGREDIENTE DE ALIMENTOS HORNEADOS (TORTAS Y MAGDALENAS): RESISTENCIA A LA DEGRADACIÓN OXIDATIVA DE COMPONENTES BIOACTIVOS”

Centro investigador	Instituto de la Grasa-CSIC.
Investigador principal	Joaquín Velasco Jiménez.
Objetivo	Se presenta como respuesta a la necesidad de mejorar las propiedades nutricionales de productos de bollería, tortas de aceite y magdalenas. Se plantea la posible sustitución total o parcial del aceite de girasol, comúnmente empleado como ingrediente en estos productos, por Aceite de Orujo de Oliva. No sólo la composición en ácidos grasos del aceite de orujo es más saludable, sino que también presenta componentes bioactivos en mayor concentración, como el escualeno, y otros que no se encuentran en el girasol, como los dialcoholes triterpénicos.
Duración	18 meses.

“EMPLEO DEL ACEITE DE ORUJO DE OLIVA COMO SUSTITUTO GRASO EN LA ELABORACIÓN DE MARGARINAS PARA MASAS DE HOJALDRE”

Centro investigador	ICTAN - CSIC.
Investigador principal	María Dolores Álvarez Torres y Susana Cofrades Barbero.
Objetivo	Explorar la viabilidad de la formación de nuevos sistemas de estructuración del Aceite de Orujo de Oliva (oleogeles) como sustitutos de la grasa de palma en la elaboración de margarinas para su aplicación en masas de hojaldre. Estos sistemas deberán presentar propiedades estructurales y calidad final adecuadas, además de presentar un perfil de ácidos grasos más saludable.
Duración	Dos años.



**Continuidad, independencia y rigor
guían la actividad investigadora**

Otras colaboraciones con el Consejo Superior de Investigaciones Científicas

Durante 2021 el CSIC y ORIVA han seguido estrechando su relación profesional y aprovechando las posibilidades de su colaboración más allá del estricto ámbito de la actividad científica. Del interés común por la divulgación, nacen distintas iniciativas con la inestimable participación del equipo de investigadores responsable de los estudios promovidos por la Interprofesional.



ORIVA + CSIC

🌿 Rueda de prensa: Caracterización completa y evaluación de los componentes bioactivos del Aceite de Orujo de Oliva en alimentos fritos.

🌿 Viajes de prospección.

🌿 Premios ORIVA de Comunicación.

Un año más, la implicación, tanto del Instituto de la Grasa (IG) como del Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición (ICTAN), se ha materializado en distintas intervenciones en medios de comunicación para transmitir los avances realizados en el estudio del Aceite de Orujo de Oliva. Destaca la presentación en el mes de marzo en **rueda de prensa del estudio “Caracterización completa y evaluación de los componentes bioactivos del Aceite de Orujo de Oliva en alimentos fritos”**. También las visitas realizadas al Instituto de la Grasa con motivo de los **viajes de prospección** realizados por ORIVA para dar a conocer el sector a prescriptores de interés. Asimismo, ORIVA ha contado por cuarto año consecutivo con la participación de ambos organismos en el jurado de los **Premios ORIVA de Comunicación**. En la cuarta edición, han repetido experiencia como miembros del jurado: Laura Bravo Clemente, profesora de Investigación del ICTAN; y Javier Sánchez Perona, científico titular del Instituto de la Grasa (IG).



Estudio sobre Nutri-Score

El CSIC ha sido también la institución elegida para llevar a cabo el informe de asesoramiento científico **“Calificación de los aceites de oliva y aceites de orujo de oliva en el sistema de etiquetado frontal Nutri-Score”**. Promovido de manera conjunta con la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español ha sido realizado por los investigadores Javier Sánchez Perona y José María Castellano Orozco del Instituto de la Grasa-CSIC.

Además, se han abierto procesos de colaboración con consultorías de ingeniería medioambiental y laboratorios certificados y especialistas en los aceites provenientes del olivar para de esa forma ampliar las áreas de actuación y perspectivas a la hora de la ejecución.



Análisis de calidad de los Aceites de Orujo de Oliva



Otra línea de trabajo se centra en el desarrollo decidido por ofrecer el mejor producto a los consumidores y, para ello, se ha puesto en marcha un **sistema de control que redoble la vigilancia ya existente en la calidad de los aceites de orujo de oliva** que el consumidor se encuentra en los lineales de los supermercados. Se trata de un sistema paralelo que fortalece aún más la plena garantía y calidad de los aceites que se ponen al servicio del consumidor. Tanto el CSIC, a través del Instituto de la Grasa (IG) como Laboratorios Espejo, una sociedad que cuenta con experiencia contrastada en el análisis y asesoramiento de los aceites vegetales, se han encargado de realizar los mencionados análisis.

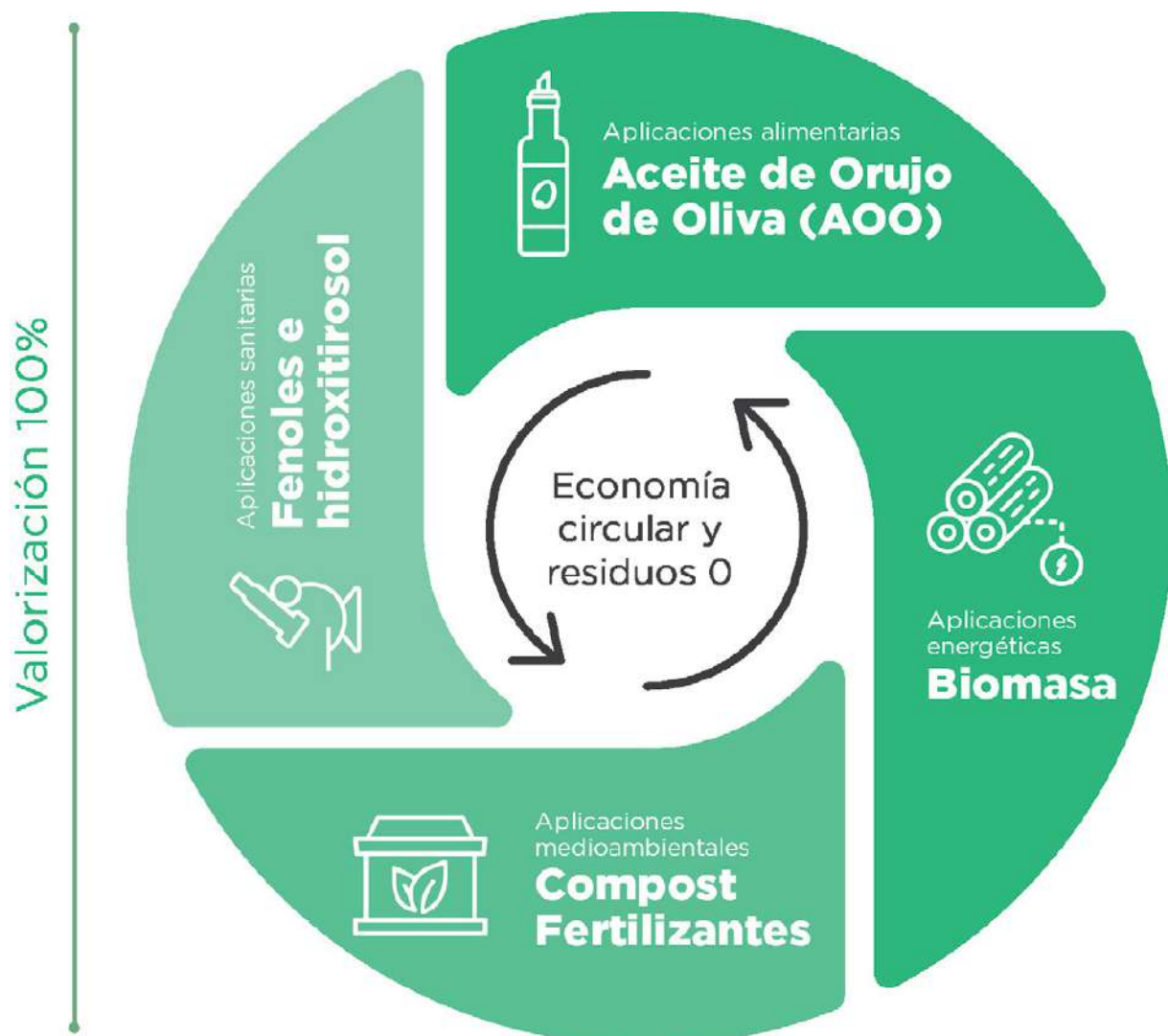


Sello medioambiental

Las implicaciones del sector con la economía circular y la sostenibilidad del olivar hacían necesario que ORIVA potenciara este ámbito. De esta manera, y como antecedente, en el 2020 se puso en marcha un **proyecto para la creación de un sello medioambiental que implique a toda la cadena de valor del Aceite de Orujo de Oliva**.

El punto de partida fue la realización de un trabajo de campo con la consultora IC Mejora Ingeniería para un diagnóstico inicial. A partir de las conclusiones extraídas, se ha diseñado una sólida estrategia encaminada a poner en valor la aportación medioambiental de la

actividad de producción del Aceite de Orujo de Oliva. En 2021 se han hecho importantes avances hasta llegar a la definición y estrategia a desarrollar de un sello medioambiental propio que busca poner en valor la forma de producir el Aceite de Orujo de Oliva y su contribución a una economía circular y residuo cero en el olivar. Bureau Veritas, compañía global de servicios de ensayo, inspección y certificación, es el *partner* elegido por la Interprofesional para la implementación de este proyecto, que continuará desarrollándose durante el 2022 y el resto de los años de esta segunda Extensión de Norma.



Marketing y Comunicación

Canal Horeca

Colaboración con Hostelería de España

Bajo el sello de Cocina ORIVA, la Interprofesional ha vuelto a colaborar en 2021 con la **Confederación Empresarial de Hostelería de España, que representa a nivel estatal al conjunto de más de 300.000 empresas** que integran el sector. La colaboración se ha materializado en una acción promocional para dar a conocer el Aceite de Orujo de Oliva entre los profesionales de hostelería, con contenidos para redes sociales y la web Hostelería Digital y el concurso “Cuánto sabes del Aceite de Orujo de Oliva” con tres premios de 15 litros de Aceite de Orujo de Oliva y 1.000 euros en productos Makro.

Acciones con
el Canal Horeca
bajo la marca
cocina ORIVA
ACEITE DE ORUJO DE OLIVA PARA PROFESIONALES DE LA HOSTELERÍA

El Duelo en escuelas de hostelería



“El Duelo” es la iniciativa creada por ORIVA para dar a conocer el Aceite de Orujo de Oliva en las escuelas de hostelería de la mano de la chef embajadora de la Interprofesional, María Jiménez Latorre.

La Interprofesional busca así acercar el producto a la base del Canal Horeca, a los futuros chefs del país, a través de un formato original y dinámico. **Formación y competición se entremezclan aportando conocimientos académicos y entretenimiento a los centros participantes.**

La irrupción de la pandemia supuso la suspensión de

la iniciativa, dejando inconclusa la segunda edición correspondiente al curso 2019/2020, renunciando a su organización el curso 2020/2021 para reactivar finalmente las formaciones en el marco del curso 2021/2022.

De esta manera, en 2021 ORIVA ha llevado a cabo la planificación necesaria para reanudar “El Duelo” tras el parón que ha supuesto la pandemia con el objetivo de concluir la segunda edición e iniciar un nuevo recorrido de formaciones coincidiendo con el curso académico 2021/2022.

Refuerzo de marca

Patrocinio del V Curso de Experto en Comunicación Agroalimentaria

Desde sus orígenes ORIVA busca colaboraciones profesionales de largo recorrido que permitan maximizar sinergias y posibilidades. En esta línea, 2021 supone afianzar sus relaciones con la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España (APAE). Así, la Interprofesional ha patrocinado la **quinta edición del Curso de Experto Universitario de Comunicación Agroalimentaria**, un título propio de la Universidad San Jorge de Zaragoza destinado a la especialización periodística y corporativa en información agroalimentaria. La colaboración con APAE también se ha materializado en viajes de prospección y en el jurado de los Premios ORIVA de Comunicación, con la representación de su presidenta, Elisa Plumed, como miembro del jurado.



Patrocinio del III Curso de Experto en Gestión de Subproductos del Olivar e Industrias Afines

ORIVA mantiene un año más el **patrocinio del curso de Experto Universitario en Gestión de Subproductos del Olivar e Industrias Afines** impartido por la Universidad Internacional de Andalucía.

La Interprofesional apoya desde sus inicios esta oferta formativa plenamente vinculada al valor medioambiental asociado al Aceite de Orujo de Oliva.



XVI Congreso Nacional de Periodismo Ambiental

Las implicaciones medioambientales del Aceite de Orujo de Oliva también han favorecido el acercamiento a la Asociación de Periodismo Ambiental (APIA).

ORIVA ha participado con una ponencia en el **XIV Congreso Nacional de Periodismo Ambiental** celebrado en Madrid el 22 de noviembre. Por otra parte, APIA ha vuelto a participar como jurado en los Premios ORIVA de Comunicación con la representación de su presidenta, María García de la Fuente.



Viajes de prospección

Adaptándose a las restricciones sanitarias de la pandemia, ORIVA ha optado un año más por viajes de prospección con un número reducido de participantes, llevando a cabo **dos visitas con prensa en el mes de octubre**. La primera de ellas con el diario digital El Confidencial y APAE. Durante el viaje, han visitado una extractora ubicada en Puente Genil (Córdoba), una refinadora en Dos Hermanas (Sevilla) y el Instituto de la Grasa del CSIC (Sevilla).

La segunda visita se ha llevado a cabo el 27 de octubre con paradas en la extractora de Puente Genil (Córdoba), una refinadora en La Luisiana (Sevilla) y el Instituto de la Grasa del CSIC también ubicado en Sevilla.

En esta ocasión, han acompañado a ORIVA periodistas de Directo al Paladar, Agrónoma (suplemento de ABC Andalucía) y la influencer gastronómica Laura López Mon.





ORIVA

INTERPROFESIONAL
DEL ACEITE DE ORUJO DE OLIVA

Premio ORIVA de Comunicación
IV Edición. Año 2021
Mejor Trabajo Audiovisual

ORIVA

Tercera edición de los Premios ORIVA de Comunicación

Los Premios ORIVA de Comunicación son una de las principales acciones de visibilidad de la Interprofesional. Los galardones premian los mejores trabajos periodísticos sobre Aceite de Orujo de Oliva en tres categorías – audiovisual, impresa y digital – dotada cada una de ellas con 2.500 euros. El objetivo es doble: por un lado, impulsar la notoriedad del producto a través de los medios de comunicación; por otro lado, poner en valor la importancia del periodismo de calidad. En 2021 se han entregado los galardones de la III edición y se ha convocado la IV edición dando continuidad a una iniciativa con vocación de permanencia.

El acto de entrega de los III Premios ORIVA de Comunicación se ha realizado el 4 de febrero de 2021 en un encuentro virtual con la asistencia de José Miguel Herrero Velasco, director general de la Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y de Cristina Clemente Martínez, subdirectora general de Promoción Alimentaria. Los premios han recaído en Carlos Manso Chicote, del diario ABC; Raúl Limón Gallardo, de Materia (El País) y Marta Fajardo Fernández, de Radio Exterior de España.

Manteniendo la periodicidad anual de los galardones, también se han convocado los IV Premios ORIVA de Comunicación.

Para la nueva edición, se han mantenido los mismos integrantes del jurado con la incorporación de José Miguel Herrero Velasco en representación del MAPA. Cabe destacar la permanencia de tres asociaciones de prensa relacionadas con el ámbito informativo de ORIVA: la Asociación Nacional de Informadores de la Salud (ANIS); la Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA) y la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España (APAE).



Entrega virtual de los III Premios ORIVA de Comunicación.



Dos de los ganadores de los III Premios ORIVA de Comunicación, Marta Fajardo Fernández y Raúl Limón Gallardo.

Formación

Aula ORIVA

ORIVA apuesta por la formación de calidad a través de la **plataforma formativa Aula ORIVA**. Durante este ejercicio, se han organizado cuatro webinars con temáticas de interés para las asociaciones representadas en la Interprofesional. Además, se ha incluido bajo el paraguas de Aula ORIVA, la

colaboración con el dietista-nutricionista Juan Revenga Frauca, con quien se han producido distintos contenidos y formatos divulgativos, formalizándose el tercer año consecutivo de colaboración. En concreto, esta ha sido la oferta formativa de Aula ORIVA durante 2021:

Webinars con especialistas

- “El Resbaladizo mundo de los aceites vegetales y su vínculo con la salud”. Ponente: Juan Revenga, dietista-nutricionista. Fecha: 16 de marzo.
- “Claves para orientar la venta al Gran Consumo”. Ponente: Miguel Ángel Ferrer, consultor. Fecha: 28 de abril.
- “Cómo sacar partido a las redes sociales y visibilizar el Aceite de Orujo de Oliva”. Ponentes: Sara González y Erika González, consultoras de comunicación de OmnicomPRGroup. Fecha: 1 de julio.
- “El Aceite de Orujo de Oliva aporta valor a tu cocina”. Ponente: María Jiménez Latorre, profesora, profesional de la cocina y chef embajadora de ORIVA. Fecha: 27 de septiembre.

Divulgación con Juan Revenga

- Consultorio online “Todo lo que siempre quisiste saber sobre nutrición y los aceites y nadie te contó”. Fecha: 13 de mayo.
- Serie de vídeos “Al turrón con Juan Revenga”. Una colección de vídeos publicados en YouTube e Instagram en los que el nutricionista informaba de manera didáctica sobre temas de gran interés social como son las dietas, los distintos tipos de azúcares y la diferenciación de los aceites. Fecha: 2, 9 y 16 de diciembre.
- Consultorio online “El etiquetado de alimentos. Curiosidades, errores y mitos relacionados con los aceites vegetales”. Fecha: 21 de septiembre.



Publicidad

Plan de medios

Tras el paréntesis de 2020, ORIVA ha vuelto en 2021 a promocionar el Aceite de Orujo de Oliva con una **campaña de publicidad que, desde junio hasta finales de noviembre, se ha difundido en revistas sectoriales y en medios digitales.** La fritura ha sido el eje transversal como principal reclamo para dar a conocer las ventajas del producto destacando su calidad, composición, durabilidad, rentabilidad y sabor suave. La agencia Havas Media ha sido la encargada de la estrategia creativa y la compra de medios.



ACEITE DE ORUJO DE OLIVA

CUESTIÓN DE CARÁCTER

Coge la sartén por el mango, colócate el delantal y píntale cara a la freidora.

Con el Aceite de Orujo de Oliva conseguirás la fritura ideal gracias a su sabor suave y su gran calidad.

Con la garantía de nuestro mayor patrimonio natural: el olivar.

#lafrituraperfecta

www.lafrituraperfecta.com

ORIVA | INTERPROFESIONAL DEL ACEITE DE ORUJO DE OLIVA

Relaciones institucionales

Segunda Extensión de Norma

La aprobación en septiembre de la nueva Extensión de Norma para el sector del Aceite de Orujo de Oliva ha marcado el hito principal de 2021 porque viene a reconocer la labor realizada durante la primera y garantiza su continuidad durante tres campañas más. De esta manera, ORIVA ha realizado todo el proceso requerido para la aprobación por parte del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Superado el procedimiento, el Boletín Oficial del Estado (BOE)

del 6 de septiembre de 2021 publicaba esta **segunda Extensión de Norma en la Orden APA/930/2021, de 31 de agosto.** El planteamiento de ORIVA tiene como objetivos fundamentales fomentar el conocimiento y reconocimiento del Aceite de Orujo de Oliva; aumentar las ventas del mercado interior y exterior, con criterios sólidos y sostenibles en el tiempo, y conseguir la estabilidad empresarial en el sector orujero español.





Comunicación interna

Por segundo año consecutivo, ORIVA da continuidad al **boletín ORIVA News**, dirigido a los miembros de ORIVA para mantenerles periódicamente informados de los principales hitos de la Interprofesional. Este boletín complementa las habituales herramientas de comunicación interna -reuniones periódicas, grupos de trabajo, circulares, correos electrónicos y comunicación telefónica- a través de las cuales se busca una relación fluida con todos los interesados, basada en una información transparente y habitual, así como en el fomento del sentido de pertenencia a la Interprofesional.

ORIVA NEWS

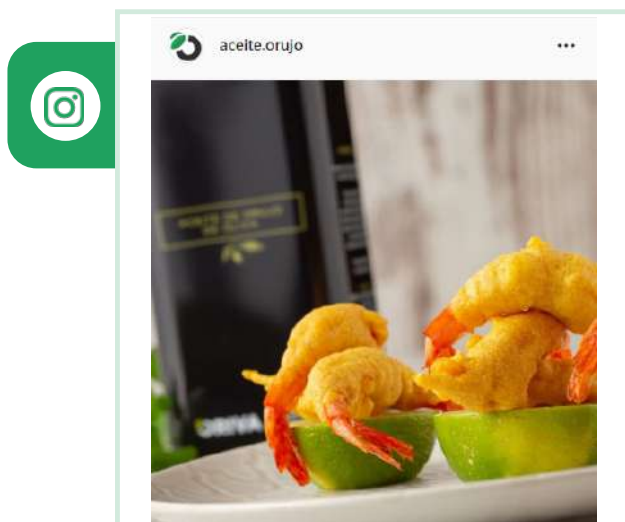
Digital

En el marco de una estrategia multicanal, el entorno digital de ORIVA ha ido cobrando un progresivo protagonismo desde la creación de la Interprofesional. No obstante, la pandemia del coronavirus fue un punto de inflexión claro ya que supuso adaptar gran parte de las actividades presenciales de ORIVA al entorno digital. Conscientes de la importancia del valor de la información en la Red, la estrategia se ha focalizado en la **generación de contenidos de calidad con una gran apuesta por los formatos audiovisuales, como vídeos e infografías.**

La combinación de soportes y canales ha sido otro de los ejes prioritarios, con una cuidada web corporativa

como punto neurálgico, un blog de actualidad, un blog de recetas, perfiles en las redes sociales con mayor penetración y un canal en YouTube. Con el objetivo de generar una comunidad fiel y creciente en torno al Aceite de Orujo de Oliva y toda su cadena de valor, se han llevado a cabo distintas actividades de dinamización como **sorteos, concursos, consultorios o campañas promocionales.**

En esta misma línea, ORIVA también colabora con *influencers*, con una sólida selección de perfiles relacionados con la gastronomía y la nutrición, que contribuyen a fomentar el conocimiento del Aceite de Orujo de Oliva entre sus audiencias.



Redes sociales

ORIVA tiene presencia en las principales redes sociales, **Facebook, YouTube, Twitter, Instagram y LinkedIn**, con contenidos y actualizaciones adaptados a cada soporte. Además de una programación de contenidos de calidad, en 2021 se han realizado distintas campañas promocionales con un doble objetivo: ampliar el alcance de distintas iniciativas de interés, como los sorteos o los programas de formación; e impactar en segmentos profesionales clave. En el mes de septiembre de 2021, se han lanzado dos campañas vinculadas a Aula ORIVA y de octubre a diciembre, una campaña dirigida al canal de la Distribución en LinkedIn. Además, para dinamizar las redes, se han llevado a cabo sorteos de 60 lotes de producto en Facebook, Twitter e Instagram superando el millón de impresiones y las 12.400 interacciones.



Recetas y sorteos dinamizan las redes de ORIVA

Estrategia SEO

El entorno digital de ORIVA ha reforzado durante 2021 los contenidos gastronómicos como eje de una nueva estrategia de posicionamiento en buscadores. De esta manera, se ha elaborado un recetario en el blog de ORIVA siguiendo una estrategia SEO y una difusión multiplataforma en web, redes sociales y

anuncios, trabajando de esta manera la visibilidad del producto y de la web de ORIVA. Entre el nuevo material, el vídeo “La ciencia del Aceite de Orujo de Oliva” viene a completar una serie infográfica en la que se han abordado los distintos ángulos del producto: salud, valor medioambiental e investigación.



Contenidos audiovisuales

La generación de contenidos audiovisuales de calidad es una de las líneas más cuidadas por ORIVA desde el comienzo.

- En 2021 se ha enriquecido el banco de imágenes con una **sesión fotográfica gastronómica** en la que se ha realizado un completo reportaje que muestra la versatilidad del Aceite de Orujo de Oliva, con aplicaciones en fritura, guisos, salsas y postres, a través de la preparación y emplatado de distintas recetas.
- Junto a este reportaje, otro de los proyectos más destacados ha sido la producción de una nueva entrega de 11 vídeo recetas en colaboración con la chef embajadora de ORIVA, María Jiménez Latorre, dando continuidad a la colección #CocinaEnCasa, que evoluciona hacia una periodicidad mensual.
- En este apartado se incluyen también los vídeos de consultorios y formaciones, editados y disponibles en el canal de YouTube de ORIVA.

Nuevo contenido
de gran calidad
audiovisual



Colaboración con influencers

La colaboración con el dietista-nutricionista, Juan Revenga, ha cumplido su tercer año consecutivo en 2021. Una de las principales novedades del ejercicio ha sido la ampliación de colaboraciones digitales

con las influencers gastronómicas **Laura López Mon e Inés Basterra Careaga** que han compartido con sus seguidores trucos, consejos, recetas, sorteos y demostraciones en directo.



@Laura.lopez.mon

Bloguera e instagramer, Laura López Mon se ha convertido en un perfil clave para los amantes de las recetas fáciles y sencillas. Acumula, solo en Instagram, más de 760.000 seguidores.



@Hoycomemossano

Inés Basterra da vida al perfil 'Hoy Comemos Sano'. Un portal diario de recetas sanas con las que deleita a sus más de 645.000 seguidores de Instagram. También es autora del libro 'Come rico, come sano'.

Entorno web

La web de ORIVA, en sus versiones en español e inglés, constituye un canal prioritario para la Interprofesional como pieza central de su estrategia digital. En 2021, se ha llevado a cabo una **auditoría técnica con el objetivo de analizar e implementar las mejoras necesarias en usabilidad, optimización y seguridad.**

La estabilidad en el número de visitas marca la

evolución en este año de adaptación y mejoras, destacando como parámetros positivos el aumento de la duración media de las sesiones y el inicio de nuevas sesiones. Por otro lado, ORIVA cuenta con el microsite elduelo.lafrituraperfecta.com dedicado a la técnica de fritura y a la iniciativa "El Duelo" en escuelas de hostelería.

5

ORIVA en cifras

Constitución de ORIVA

- 7 de mayo de 2015: Firma del Acta Constituyente.
- 7 de enero de 2016: Publicación en el BOE reconocimiento oficial.
- 7 de julio de 2016: Publicación en el BOE Extensión de Norma.

Cinco campañas

2016/2017

2017/2018

2018/2019

2019/2020

2020/2021

Investigación y Desarrollo



Colaboración con el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC)

3 líneas de investigación

- Rendimiento en fritura.
- Salud cardiovascular.
- Prevención de Alzheimer.

6 estudios finalizados

- “Comportamiento del Aceite de Orujo de Oliva en fritura y comparación con aceites de girasol convencional y girasol alto oleico”.
- “Caracterización completa y evaluación de los componentes bioactivos de Aceite de Orujo de Oliva en alimentos fritos”.
- 1ª parte “Protección frente a la enfermedad del Alzheimer mediante la atenuación de la actividad de la microglía por el aceite de orujo”.
- 2ª parte “Protección frente a la enfermedad del Alzheimer mediante la atenuación de la actividad de la microglía por el aceite de orujo”.

- “Evaluación del efecto en salud del aceite de orujo de oliva en consumidores sanos y en población de riesgo. Comparativa con aceite de girasol alto oleico”.
- “Evaluación del efecto en salud del aceite de orujo de oliva en consumidores sanos y en población de riesgo. Comparativa con aceite de girasol convencional”.

2 estudios en proceso

- “Aceite de Orujo de Oliva como ingrediente de alimentos horneados (tortas y magdalenas): resistencia a la degradación oxidativa de componentes bioactivos”.
- “Empleo del Aceite de Orujo de Oliva como sustituto graso en la elaboración de margarinas para masas de hojaldre”.



Sello medioambiental

- Proyecto para la creación de un sello medioambiental que implique a toda la cadena de valor de Aceite de Orujo de Oliva.





Comunicación y Marketing

I Forum ORIVA

- 26 de octubre de 2017.
- 200 asistentes.

“El Duelo” en escuelas de hostelería

- 2 ediciones: Cursos 2018/2019, 2019/2020
- 1.900 alumnos, 39 escuelas.
- 9 Comunidades Autónomas: Andalucía, Aragón, Cantabria, Comunidad Valenciana, Galicia, La Rioja, País Vasco, Principado de Asturias y Región de Murcia.

Viajes de prospección

- Modelo sostenible de producción.
- 9 viajes, 70 participantes.

Premios ORIVA de Comunicación

- 3 ediciones celebradas: 2018, 2019 y 2020.
- 3 categorías: mejor trabajo impreso, digital y audiovisual.
- 9 premios dotados cada uno con 2.500 euros.

Ferias sectoriales

- World Olive Oil Exhibition (WOOE), ediciones 2018 y 2019.
- Expoliva, ediciones 2017 y 2019.

aula **ORIVA** plataforma formativa y divulgativa

- 8 webinars, 450 alumnos.
- 2 consultorios, 200 participantes.

cocina **ORIVA** sello para profesionales de hostelería

- Colaboraciones anuales con **Hostelería de España**.
- La **ruta de la fritura perfecta**, junio de 2018. 60 establecimientos de Málaga y Valencia.
- Promoción en Makro**, febrero de 2019. Establecimientos de Alcobendas y Leganés.
- Reparto de **190.000 litros de Aceite de Orujo de Oliva**, junio de 2020. Ayuda a 12.500 restaurantes por la crisis sanitaria.

Campañas anuales de publicidad

- “El aceite de las frituras perfectas”, 2018.
- “Cuestión de carácter”, 2019 y 2021.

Colaboraciones

- María Jiménez Latorre, chef embajadora de ORIVA.
- Juan Revenga Frauca, dietista-nutricionista.
- Asociaciones de prensa:
 - Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España (APAE)
 - Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA)

ORIVA Digital



impresiones
925.335



impresiones
202.544



impresiones
13.623



alcance
535.631



views
1.317.991



oriva.es

 **ORIVA** | INTERPROFESIONAL
DEL ACEITE DE ORUJO
DE OLIVA

