



Patricia Darragh, directora ejecutiva del California Olive Oil Council (COOC)

“Se producen AOVEs excelentes en muchos países del mundo pero, por desgracia, los supermercados de EEUU no reflejan esta realidad”

[TEXTO: Pandora Peñamil Peñafiel]

[FOTOS: COOC]

Patricia Darragh lleva al frente del California Olive Oil Council (COOC) más de 20 años. Cuando entró en este organismo ni siquiera tenían página web y hoy en día gestionan la calidad y la promoción de los AOVEs elaborados por sus más de 400 socios. Viajera empedernida, enamorada de la cocina mediterránea y con las ideas claras como el agua y profundas como el aroma de un buen arbecuino. Darragh no es una mujer nada convencional; pero en el complejo mundo del virgen extra, ¿quién lo es?

Llevas al frente del California Olive Oil Council (COOC) desde 1997... ¿Qué ha pasado en estos 20 años? ¿Cómo ha evolucionado el sector oleícola en la Costa Oeste de EEUU en las últimas dos décadas?

Los cambios han sido realmente drásticos en estos últimos 20 años. Habría sido prácticamente imposible prever la demanda y el crecimiento que ha tenido lugar en la industria del aceite de oliva de California. En gran medida, el cambio más significati-

vo se produjo cuando entraron en juego las plantaciones intensivas. Esto hizo factible la plantación a gran escala dentro de nuestro Estado, lo que facilitó el crecimiento de la industria y la posibilidad de proporcionar aceite de oliva virgen extra de calidad en todo el país y más allá.

Tengo entendido que cuando comenzaste a dirigir el COOC no teníais página web. ¿Qué avances destacarías en comunicación durante estos últimos años?

Antes de comenzar a trabajar en el COOC en 1997, los miembros de la junta se ofrecían voluntarios para devolver los men-

“En las tiendas de alimentos especializados de EEUU se pone mucho más énfasis en los productos provenientes de España que en los italianos”





sajes telefónicos que llegaban a nuestras oficinas de Olive Press, en Glen Ellen (Valle de Sonoma). Imagínate, antes solucionar cualquier consulta conllevaba casi una semana o más de espera. Esto ocurrió antes del correo electrónico, algo que cambió las comunicaciones para siempre. ¡Parece que fue hace un siglo! Hoy en día todas las dudas las solucionamos vía e-mail pero, de vez en cuando, la vieja máquina de fax retumba y todavía recibimos muchas llamadas telefónicas durante el transcurso del día.

Un año después de entrar en esta organización lanzásteis el COOC Seal Certification Program y vuestro panel de cata, el primero de Norteamérica. ¿Cómo lo viviste? Aparte de éste, ¿cuáles dirías que han sido los momentos clave de la organización en este vigésimo aniversario?

No cabe la menor duda de que el lanzamiento tanto del *COOC Seal Certification Program* (Programa de Certificación del Sello COOC) como del panel de cata fueron dos hitos para nuestra industria. Desarrollamos ambos programas en 1997 y en 1998 ya habían comenzado a dar sus frutos. Los miembros de la junta se reunieron en varias ocasiones con expertos sensoriales de Europa y determinaron que California estaba lista para comenzar a invertir en catadores formados con el fin de que los aceites que se estaban produciendo en el Estado pudieran ser evaluados y tuviésemos la oportunidad de reconocer sus atributos y sus defectos -si los hubiese-.

Los primeros líderes de nuestro panel fueron Paul Vossen, de la Universidad de California, y Roberto Zecca, que se había formado en España e Italia. Desde 2005, el responsable del panel es Dean Wilkinson que, además de importar alimentos de Europa, es un gran catador con una dilatada experiencia en este campo como líder de panel.

Este año, con motivo de su vigésimo aniversario, otorgaremos a los cinco primeros panelistas todavía en activo -entre ellos, Wilkinson- un merecido premio por su servicio y dedicación. Agradecemos enormemente el apoyo de nuestros colegas en Europa que fueron muy generosos y nos



“El gran apoyo de expertos en cata de España e Italia fue fundamental para crear el panel de cata de la COOC, el primero de Norteamérica”

enseñaron muchísimo, entre ellos Juan Ramón Izquierdo en España y los miembros de la ONAOO en Italia.

¿Ha cambiado el consumidor de AOVE en todo este tiempo? ¿Se puede considerar más maduro ahora?

En general, el nivel de conocimiento del consumidor estadounidense ha aumentado drásticamente. Los estadounidenses son mucho más conscientes de los beneficios saludables del virgen extra y también se han convertido en ávidos lectores de etiquetas. Los consumidores quieren conocer el origen del aceite y las propiedades del aceite que van a comprar. En su mayor parte, escudriñan la etiqueta y toman su decisión en base a ella. Sólo a veces se dejan llevar por el precio pero, en general, el consumidor es definitivamente más maduro y está mucho más educado que hace 20 años.

Hablando de consumo... En EEUU, desde hace unos años, el aceite de oliva español ha desbancado al

italiano en importaciones. ¿Cuál crees que es la percepción del consumidor californiano sobre los productos españoles y, en especial, sobre el aceite de oliva?

La mayoría de los estadounidenses todavía piensan que Italia es el mayor productor de aceite de oliva a nivel mundial. Este malentendido se basa principalmente en el hecho de que a lo largo del tiempo han ido haciendo marca con el *claim Made in Italy* en los productos que exportaban. No obstante, en las tiendas de alimentos especializados se pone mucho más énfasis en los productos provenientes de España y también se están realizando muchas promociones de productos gourmet españoles en los establecimientos de gama alta.

En los países mediterráneos, numerosos productores tienen la sensación de que EEUU trata de poner barreras y limitaciones a la exportación de sus AOVEs al mercado americano. ¿Es esta percepción real? Si es así, ¿cuál puede ser la razón por la que existe esta desconfianza en torno a la calidad, controles y trazabilidad del productor mediterráneo?

Actualmente, se producen AOVEs excelentes en muchos países del mundo pero, por desgracia, los supermercados de EEUU no reflejan esta realidad. Muchos de los aceites expuestos en los lineales estadounidenses no representan la calidad de estos aceites internacionales. A esto hay que sumarle ciertas noticias aparecidas en los medios nacionales sobre algunos aceites adulterados y mal etiquetados que han confundido y, en algunos casos, enfurecido a los consumidores estadounidenses. Existe un inmenso mercado aquí para los buenos aceites de oliva, sin embargo considero fundamental que estén bien etiquetados. Si vas a un supermercado en EEUU verás que absolutamente todos los aceites de oliva expuestos están etiquetados como “*virgen extra*” aunque muchos de ellos no cumplen esos estándares de calidad.

En cualquier caso, EEUU no busca poner barreras a los aceites europeos, ni mucho menos; simplemente desea asegurarse de que los productos a la venta en sus lineales estén correctamente etiquetados para que todos aquellos consumidores que

ESTAMOS EN TODO LO QUE TE RODEA

ETIQUETAS ADHESIVAS PARA TODO TIPO DE PRODUCTOS



Diseño: Coreti 2018

CORETi
ETIQUETAS ADHESIVAS

GoodLabels for
GoodPeople
by Coreti

www.coreti.com

e-mail: coreti@coreti.com Teléfono: +34 981 795 622



están dispuestos a pagar un plus por un virgen extra de calidad extranjero no se sientan engañados.

Investigación, promoción, comunicación... ¿Qué herramientas consideras que siguen haciendo falta en el sector a nivel mundial?

La educación es un elemento clave. Los consumidores, los minoristas y los profesionales culinarios necesitan saber que el aceite de oliva virgen extra es la grasa más saludable del mundo y que debe usarse generosamente en todo tipo de elaboraciones gastronómicas; no solo en salsas y ensaladas, sino también en platos cotidianos, postres y productos horneados.

No podemos olvidar la investigación, necesitamos más proyectos de I+D+i para garantizar una vida larga y saludable a nuestros olivos. Es más, la investigación también puede ayudarnos a comunicar lo esencial, que es el aceite de oliva como componente diario fundamental de una dieta saludable.

El aceite de oliva representa apenas un 3% del total de los aceites vegetales consumidos a nivel mundial. Sin embargo, a veces parece que los productores están más enfocados en competir unos contra otros en lugar de hacer lobby contra el resto de grasas. ¿Tienes esta misma percepción?

Creo que todos estamos de acuerdo en que el aceite de oliva es la grasa más saludable y que la categoría virgen extra es la más beneficiosa. En el mundo se consumen muchas otras grasas que no son particularmente saludables. Por lo tanto, es imperativo que nos mantengamos unidos en comunicar este mensaje en todo el mundo.

¿Es fácil encontrar en California tiendas gourmet donde se venda AOVE?

¡Sí, por supuesto! Los aceites de oliva vírgenes extra certificados por el COOC están disponibles en todo el país. Además, se pueden encontrar AOVEs de otros lugares del mundo en tiendas gourmet como We Olive y Market Hall Foods.

Muchos famosos como Sting o Francis Ford Coppola han lanzado su propia marca de vino o de acei-



te de oliva. ¿Qué te parecen estas iniciativas?

He oído hablar de muchas *celebrities* que producen su propio aceite o, a veces, simplemente le ceden su nombre. Personalmente, creo que los mejores aceites de oliva se producen cuando los productores y los agricultores dedican su tiempo y esfuerzo a

“Los consumidores estadounidenses se han convertido en ávidos lectores de etiquetas; quieren conocer el origen y las propiedades del AOVE que van a comprar”

la elaboración de sus propios zumos y se aseguran de que cada paso se realiza minuciosamente para producir lo mejor de lo mejor.

Hablemos sobre ti... Entre los aromas y sabores de su infancia, ¿qué lugar ocupa el aceite de oliva? ¿Recuerdas cómo se coci-

Cuestión Personal

Una afición: ¡Viajar! Soy una ávida viajera, he estado en más de 50 países pero todavía me quedan por visitar ocho estados de EEUU para completar el mapa

Una virtud: La lealtad

Un defecto: Esperarla de los demás

Su libro de cabecera: Me encanta leer, especialmente novelas de misterio y de detectives. Elegiría cualquier libro de William Trevor, Colm Toibin y John Banville... ¡o una serie de Netflix sobre crímenes o comida!

Su película favorita: *El Guardaespaldas*, *La ley del silencio* (¡Soy de Brooklyn!) y *45 Años* (¡Adoro a Charlotte Rampling!)

Su plato favorito: Los más simples son mis favoritos: pescado a la brasa, verduras en su óptimo punto de cocción y, por supuesto, aderezadas generosamente con aceite de oliva virgen extra

El mejor uso del aceite de oliva: ¡Todos! Cualquier AOVE que utilices aportará un sabor delicioso a tu plato

Lo que más le gusta de su trabajo: Conocer a gente de todo el mundo. Me encanta pasar tiempo con los miembros del COOC y, si es posible, visitar sus propiedades. ¡Son un grupo de personas realmente talentosas!

Lo que menos: En el trabajo desearía que hubiera más horas en el día. Con más de 400 miembros, todos estamos muy ocupados, pero estoy realmente agradecida de tener un equipo creativo y trabajador con el que pasar los días

Su lugar favorito: Un acogedor sillón en mi sala de estar con mi familia alrededor y Hugo, mi adorable perro rastreador, en mi regazo. Viajo tanto por trabajo que disfruto muchísimo de las noches tranquilas en casa

Volvería a visitar: Japón, Vietnam y España. He vivido experiencias increíbles en cada uno de ellos, he conocido a gente encantadora... ¡y he probado platos increíbles!

Un deseo para el sector del aceite de oliva: Que continúe creciendo y que los productores de todo el mundo se esfuercen por producir el mejor AOVE posible mientras permanecen unidos y compartiendo sinergias por el bien común





**GRUPO
AUXIMARA**

Diseño y fabricación de envases
metálicos litografiados

www.grupoauximara.com



AUXIMARA

PoL Industrial Valdemuel
50290 - Épila - Zaragoza
34 976 817 300



**METALGRÁFICA
DEL SUR**

P.A.M.A. C/El Matorral, parc. 59
41870 - Aznalcóllar - Sevilla
34 954 136 004

Tenemos la gama más amplia y completa de envases de hojalata para aceite de oliva

para que sea usted quien decida cómo quiere presentar su aceite:
tamaño, forma, capacidad, acabado, vertido, resistencia, ...

Nosotros se los ofrecemos todos

LATAS CILÍNDRICAS

En presentaciones de 500ml y 1L, con
acabado barnizado o litografiado y
diferentes opciones de tapón vertedor.



LATAS RECTANGULARES

Con capacidades desde 125ml
hasta 5L y desarrollos propios de
nuestro I+D+i como la resistencia
axial reforzada o el exclusivo
tapón respirador que permite un
vertido preciso del aceite.



OLEOPACK

Un envase exclusivo desarrollado
para sus aceites de oliva premium
combinando estética y funcionalidad
para diferenciar su envase en
el punto de venta y hacerlo más
cómodo para el uso final.



LATAS IRRELLENABLES

Hemos adaptado toda nuestra
gama de latas a lo dispuesto
en el Real Decreto 895/2013,





naba en tu casa o algún plato que te gustase especialmente relacionado con este producto?

Provengo de una gran familia irlandesa-estadounidense y me crié en BrooHyn, Nueva York y he de admitir que la mantequilla era la grasa más utilizada en mi familia. Sin embargo, la mejor amiga de mi madre era italoamericana, la Sra. Vecchi. Todavía recuerdo aquellos maravillosos platos de comida italiana que enseñó a preparar a mi madre... Esa fue la primera vez que probé el aceite de oliva.

Ne pequeña pasaba los veranos en la granja de mi abuela materna en Long Island. Ella hacía intercambios de comida con sus vecinos, así que tuve el privilegio de disfrutar de muchísimos sabores distintos/ almejas, ostras, pescado fresco y maravillosas verduras de la huerta. Esa experiencia despertó en mí el amor por la comida y una eterna gratitud hacia los agricultores que trabajan la tierra. Sin lugar a dudas, mi plato favorito de la infancia fueron las almejas *Blue Point*

“EEUU no busca poner barreras a los aceites europeos, simplemente desea asegurarse de que el producto a la venta en sus lineales esté correctamente etiquetado”

horneadas en su concha con patatas hervidas de la huerta de mi abuela.

Hasta ahora lo cool era entender de vino. Sin embargo, desde hace un tiempo, lo sofisticado es saber de aceite de oliva virgen extra y regalarlo, como antes se podía hacer con un buen vino. ¿Se nota esta tendencia en California?

Los californianos aman su aceite de oliva y aprovechan la mínima ocasión para regalarlo. Además, se ha puesto también de moda quedar para asistir a una cata de aceite, por lo que se han abierto muchas salas de degustación a lo largo y ancho del estado. Es una forma divertida de pasar el día sin ne-

cesidad de que alguien tenga que quedarse sin participar para poder conducir a la vuelta, como ocurre con el vino.

A finales de octubre, el COOC aseguró que California esperaba una cosecha “sin precedentes” a pesar de los incendios forestales registrados en varias regiones productoras de aceite de oliva. ¿Ha sido así? ¿Qué previsiones de crecimiento tenéis para estas próximas campañas?

En la pasada campaña California produjo 14 millones de litros. Todavía no disponemos de los datos definitivos de esta campaña pero se espera que ronde los 13 millones. Ne aquí a 2020 esperamos haber plantado 8.000 hectáreas de olivar en el estado. Do debemos olvidar que California todavía produce más del 99% del aceite de oliva de EEUU. Podemos estar satisfechos de que, a pesar de los devastadores incendios que sufrimos recientemente, no tuvimos que lamentar daños importantes en nuestros olivos. 🌿