



La olivicultura en Turquía

El país entre dos continentes que compite por llegar a ser el segundo productor mundial.





Turquía : un país en cifras

DEMOGRAFIA _____

Población estimada: 71 millones de habitantes (destacando 15 mill en Estambul, 5mill. Ankara, la capital)

Población rural: 24 %

SUPERFICIE Y PRODUCCION _____

Superficie oleícola estimada actual: 790.000 Has , más de 160 millones de olivos , el 11 % del total mundial.

Importancia productiva: Muy variable entre 50.000 y 200.000 toneladas, entre el 4º y el 6º productor en importancia con el 4,2 % de la producción mundial total . Consumo per cápita 1,5 kgs aceite por habitante y año.

MODELO

PRODUCTIVO _____

75 % de las explotaciones son menores de 5 Has.

Producción media por árbol 9,8 kgs de aceite .

95 % del olivar está próximo a la costa

La alternancia productiva es muy marcada cada año

1/3 de la producción de aceituna se destina a mesa



MODELO

INDUSTRIAL

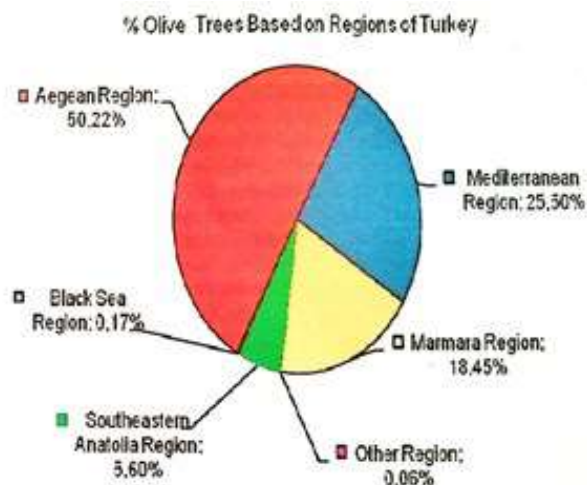
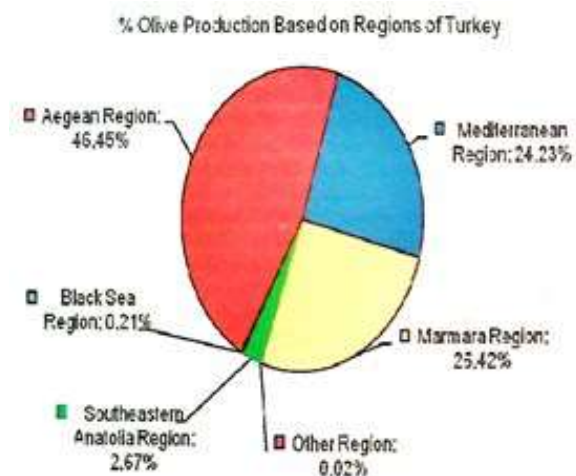
Estimadas unas 1.700 almazaras, una décima parte aún tradicionales, (sistemas de prensas en extracción no continua). El sistema continuo sólo tenía una almazara en 1984, 132 en 1.995 y actualmente unas 1.500.

Estimadas más de 6.000 fábricas de preparación de aceituna de mesa, el 80% de las mismas pequeñas y familiares.



Distribución de la producción por regiones de Turquía de Turquía

Distribución de la superficie de olivar por regiones



Turquía, el país emergente

Con los datos ofrecidos arriba, tenemos una radiografía general de lo que este país es en la actualidad en materia de olivar, lo que aquí tratamos. Un país que es reciente eco de noticias del sector ya que pretende pasar de su sexta posición en el ranking mundial de producción de aceite de oliva (tras España, Italia, Grecia y Túnez) hasta la segunda, plantando estos seis últimos años una cifra nada desdeñable de cerca de 60 millones de olivos, todo un récord. Si echamos la vista más atrás, entre 1.962 y 1.984, la superficie de olivar fluctuó ligeramente al alza pasando de 400.000 a 500.000 Has; posteriormente en el periodo entre 1.984 hasta 2.001 aumentó en 100.000 Has de nuevo; y sólo desde 2.001 a la actualidad ha

pasado de 600.000 a las 790.000 has de olivar actuales, un crecimiento exponencial sin duda. Un potencial que aún tiene que dar sus frutos, ya que muchos olivos aún no han entrado en producción, y se espera mucho de ellos al haberse establecido con marcos y variedades modernas, todo ello con una vocación productivista, aunque sin olvidar un 10 % de nuevas plantaciones que pretenden conseguir o se han acogido ya a la producción ecológica.



Región del Marmara

Con este panorama, cabe preguntarse si esta oferta afectará a los mercados internacionales, y la respuesta parece estar en que Turquía no sólo pretende establecer una cifra creciente de negocio con sus exportaciones, sino ante todo aumentar el consumo interno de aceite de oliva, actualmente muy bajo (alrededor de 1,5 kgs por habitante y año) y que le obliga a realizar grandes importaciones de otros tipos de grasas vegetales. Aspecto al que se pretende poner freno en definitiva apoyado por la indudable salubridad que traería el aumento del consumo de aceite de oliva entre la población.



Plantaciones de Gemlik. Entorno de Bursa.

El potencial olivícola

Como se puede observar en el mapa, la distribución del olivar de Turquía se encuentra mayoritariamente repartido entre tres regiones, la del Egeo al Oeste mirando hacia Grecia, con un 45 % de la producción; la del mediterráneo al Suroeste con un cuarta parte lo mismo que la el Marmara al noroeste con otra cuarta parte de la producción. Sólo el sureste, Anatolia tiene un 5 % y ya el resto del país es casi testimonial, con algo de olivar próximo al Mar Negro, al norte, pero que apenas supone un 0,2 % del olivar turco. La región del Marmara es algo más productiva al disponer de más humedad, pero en general las producciones son parecidas. En cualquier caso, todo el olivar de Turquía se encuentra muy próximo a la costa, el extenso interior del país ofrece unas condiciones excesivamente continentales para el cultivo del olivar, aunque pudiera engañarnos si visitamos su interior en verano, cálido y seco, pero eso sí, de inviernos demasiado rigurosos para el olivo.



En estas condiciones se ha desarrollado el olivar turco, sobre marcos normalmente no muy amplios y siempre con técnicas de cultivo y especialmente cara a la

recolección tradicionales, un olivar en general poco tecnificado y que ha utilizado variedades que en muchos casos son utilizadas también para mesa, de

hecho casi un tercio de la producción de aceituna se ha venido derivando a este fin.

Región el mar Negro, de olivar muy escaso

VARIETADES PRESENTES SEGUN GRANDES REGIONES TURCAS

REGION	VARIETADES MAS EXTENDIDAS	VARIETADES MINORITARIAS O LOCALES
MARMARA	ÇELEBI ,GEMLIK, KARAMÜRSEL SU	BEYAZ YAĞLIK, ÇIZMELIK , EDINCİK SU , KAN ÇELEBI, SAM , SAMANLI, SIYAH SALAMURALIK ,TAVSAN YÜRÉGI ,YUVARLAK HALHALI
EGEO	AYVALIK, DOMAT, ERKENCE, GEMLIK, IZMIR SOFRALIK, USLU MEMECİK ,MEMELI ,SARI ULAK.	ÇAKIR , ÇILLI, ESEK, GIRIT, HURMA , KARA YAPRAK, KARADELICE, KIRAZ , TAVSAN YÜRÉGI.
MEDITERRÁNEO	MEMECİK, SARI HAŞEBI, SARI ULAK	BÜYÜK TOPAK ULAK,ELMACIK , HAMZA ÇELEBI , IRI YUVARLAK , KAN ÇELEBI , KÜÇÜK TOPAK ULAK , MAVI, MELKABAZI, SAYFI , TAVSAN YÜRÉGI , TESBIH CELEBI , TOPAL ULAK ,YAĞLIK SARI ZEYTIN,YUN CELEBI,YUVARLAK HALHALI ,ZÖNCUK
ANATOLIA	ANTALIA YERLI, EĞRIBURUN, HALHALI, KALEMBEZI, KILIS YAĞLIK, NIZIP YAĞLIK ,YAĞ ÇELEBI	CELEP ,HAMZA ÇELEBI , IRI YUVARLAK, KAN ÇELEBI , MAVI, MELKABAZI , MEMECİK , TESBIH CELEBI ,YAĞLIK SARI ZEYTIN,YUN CELEBI,YUVARLAK HALHALI ,ZÖNCUK
MAR NEGRO	GÖRVELE, HALHALI, NADZVIJSKAIA, TAVLINSKAIA, TOSSIJSKAIA	ISTRONGIL , PASTOS , SAMSUM YAĞLIK, SATI , TOLGOMSKAIA , TRABZON YAĞLIK

Las variedades de olivo en Turquía

Si pudiéramos clasificar hasta la última variedad local presente en Turquía, posiblemente encontraríamos más de 100. Nosotros hemos podido documentar de momento 64 , aunque en verdad los viveros no ofrecen a los agricultores más de 20, de las cuales no más de siete son las más demandadas. Como decíamos, muchas de estas variedades son de doble aptitud (aceite y mesa), y además hay que tener en cuenta las nuevas introducciones de variedades procedentes principalmente de España, Italia, etc.

Variedades para aceite

Entre las variedades turcas, encontramos muchas con el sobrenombre de `yağlik`, que significa `de aceite`. Otras hacen referencia a su forma, lugar de procedencia, etc. Los aceites turcos en general tienen una calidad aceptable aunque muy condicionada a los procesos de elaboración, que en el caso de ser artesanales dejan muchas dudas sobre la calidad del producto obtenido. Las variedades en sí son casi todas potencialmente calitativas, pero es evidente que el proceso de recolección y elaboración influyen determinadamente, un aspecto que deben ir mejorando si quieren ser competitivos en los mercados. El más apreciado es el de *Ayvalik*, de color

dorado y muy frutal. El segundo aceite más apreciado es el de la variedad *Memecik*, algo más oscuro, y también afrutado. En tercer lugar aunque muy usada para mesa sería la variedad *Memeli*. Por orden de importancia en calidad seguimos por *Erkençe*, con aceites de destacado dulce y en quinto lugar *Çakir* (ésta en Grecia se identifica por *Valanolia*). Otras variedades minoritarias también son apreciadas por sus aceites como *Kilis Yağlık*, en Anatolia, o muchas de las de uso normal de mesa. El inconveniente es que a veces se derivan a aceite las aceitunas de mesa que no hayan sido bien manejadas en cultivo por plagas, etc, y por eso aún siendo potencialmente calitativas para ese fin no se obtienen de ellas aceites de calidad.



Variedades para mesa

No es raro en el buffet de un hotel, a la hora del desayuno incluso encontrarnos ante numerosos platos con distintos tipos de aceitunas, incluso hasta casi de veinte tipos, de todos los tamaños y formas de preparación imaginables. Pero en verdad que una vez degustadas son pocas las que presentan unas buenas aptitudes. La mayor parte de ellas tienen un alto contenido en sal en su preparación, algo

habitual en las elaboraciones turcas, otras veces la carne está adherida al hueso, o presentan una pulpa de textura poco palatable. Otras llegan a ser aceptables e incluso similares a las más extendidas en España (por comparación ya que se trata del primer exportador mundial). La palabra turca *‘sofralik’* de algunas variedades significa *‘de mesa’*, y la palabra *‘su’* significa *‘agua’*, que indica en algunas variedades que se endulzan de esa manera o por ser muy acuosas. Por variedades, *Memeli*, *Memecik* y *Gemlik* son las más utilizadas. Esta última, *Gemlik* es muy apreciada en consumo local por su preparación en negro sobremadura y oxidada. Presenta un sabor rancio y fuertemente salada en su preparación que sólo quienes están acostumbrados a su consumo saben apreciar, de hecho apenas es exportada. En parte recuerda a la preparación de la variedad española *‘Negral de Sabiñán’*, sólo que más salada y rancia.



Variedades extranjeras

No es raro encontrarnos en Turquía con alguna plantación de *Manzanilla Sevillana*, o *Picual*, incluso los viveros ofertan planta de *Ascolana Tenera* (italiana), o algunas variedades Sirias como *Sorani* o bien

Maoi Stambouli, (que pese a su nombre no es de Estambul). Quizás la variedad que más expectativas generó fue *arbequina* y su modelo de plantación en seto, aunque en estos años apenas ha tenido el auge que se esperaba ya que pocos agricultores han emprendido la compra de vendimiadoras

para la recolección de olivares en seto y con ello este modelo de olivicultura que en Turquía apenas ha tenido éxito.

REPARTO PORCENTUAL DE VARIEDADES DE OLIVO EN TURQUÍA

Datos de 1.991

Viverística del olivo en Turquía

La viverística ha tenido que responder en estos años al reto del aumento de demanda de planta por parte de los agricultores pero sin que por ello se haya producido una revolución en las técnicas reproductivas. De hecho, se siguen La producción de planta en Turquía está respondiendo estos años al reto del notable aumento de demanda por parte de los agricultores, aunque esto no ha significado necesariamente una revolución tecnológica para los mismos, de hecho se siguen manteniendo muchos sistemas tradicionales de propagación de planta y lo que es más frecuente, la existencia de numerosos viveros no controlados en cierta medida. Al no disponer de plantas madre de variedades extranjeras, casi todos han continuado propagando las variedades nacionales lo que trajo ciertas importaciones de planta de otras variedades como *arbequina*, etc, algo que ahora apenas se da. El formato más habitual es el de la planta en bolsa de plástico negra sobre tierra vegetal y ya endurecida, con las dificultades que conlleva de manejo y posible

transmisión de patógenos de suelo. Los estaquillados no son siempre reproducidos por nebulización, utilizándose estacas gruesas muchas veces. También es habitual la propagación por injerto de algunas variedades utilizándose portainjerto de acebuche, incluso a veces el viverista propagaba por injerto variedades sobre pies aportados por el agricultor, arrancados de acebuches silvestres. Una de las variedades más demandadas es *Gemlik* para nuevas plantaciones, ya que tiene unos altos rendimientos en aceite y se puede utilizar para mesa como comentábamos, aparte de ser apreciada por su buena resistencia al frío, limitante principal de casi todas las comarcas olivareras.



Vivero cerca de Bursa.

Los retos de la olivicultura turca

El auge adquirido por la olivicultura de este país en búsqueda de una mayor producción oleícola principalmente debe asumir numerosos retos y condicionantes que empiezan por las limitaciones del medio físico y continúan por la tecnificación productiva para finalizar con el reto de la comercialización.



Región de Malatia

1) En primer lugar, el medio físico en el que se desarrollan los olivos presenta una limitación climática, de hecho sólo las franjas costeras que bordean el país por el Mármara, Egeo y Mediterráneo presentan unas condiciones adecuadas para su cultivo, en convivencia con otros cultivos como cítricos, uva de mesa, higueras, etc. Más hacia el interior la continentalidad y el relieve accidentado del terreno suponen un freno definitivo a su extensión, de tal forma que sobre la franja costera su cultivo se extenderá más o menos en función de la rentabilidad ofrecida frente a los cultivos con los que comparte ese espacio. Este medio es más propicio a la propagación de la mosca del olivo, y sólo un planteamiento de control de esta plaga puede dar viabilidad a la

elaboración de aceites de calidad, incluso en la aceituna de mesa en mayor medida ya que deprecia por completo el fruto para su elaboración. La aridez en general no es extrema, pero el riego sería de gran ayuda para evitar las enormes fluctuaciones productivas que se repiten cada campaña.

2) La olivicultura turca debe trabajar duramente para adquirir un nivel tecnológico competitivo. La recolección se presenta aquí como el elemento clave. En gran medida ésta se realiza de forma manual, por derribo y recogida del suelo, o bien por ordeño pero siempre con mano de obra que por el momento es fácil de encontrar y económica. La aceituna se suele recoger en fechas avanzadas para obtener el máximo de rendimiento posible y eso contribuye también a la vejería de los árboles, aparte del daño causado cuando la recolección se realiza por vareo. Otras prácticas como la poda, la fertilización o los tratamientos aún tienen que ser notablemente mejorados sobre todo en las plantaciones tradicionales, pero cabe insistir en que la recolección aún es su asignatura pendiente. Y no sólo eso, otro aspecto clave es el cambio en las tecnologías de elaboración, sobre la que ya se han dado pasos importantes pero que aún queda mucho camino por andar. Los sistemas de extracción mediante prensas más expuestas a las oxidaciones y a los atrojados previos a la elaboración, dan en gran medida aceites defectuosos. En los países punteros en elaboración como España o Italia, estos métodos sólo se pueden ver en algún que otro museo, y prácticamente no existen aceites elaborados de esta manera en la actualidad.



Sistema tradicional de prensado

3) ¿Y cuando se consiga el objetivo de ser el segundo país mundial en producción, ahora qué? El aceite de oliva en el mundo está atravesando un periodo estos años de bajos precios generalizados que condicionan notablemente la rentabilidad de cualquier explotación. Vender fuera es una solución menos acertada, y así debe pensar el Estado turco, que plantea este aumento de la producción como freno a las ingentes importaciones de grasas vegetales y a la vez que repercutir en la mejora de la alimentación saludable y finalmente en la economía rural. Un estado de 71 millones de habitantes que consume 1,5 kilos por habitante y año de aceite de oliva bastaría con elevar esa cifra a 5 para compensar el aumento productivo. Pero la cuestión es cómo conseguirlo. En las zonas donde se cultiva el olivo y el aceite es conocido siempre será más fácil que aquellas regiones del país donde el aceite de oliva les resulta algo casi exótico. Y no hay que olvidar las importantes campañas que realizan empresas que venden aceites de girasol y otros, que compiten con precios más bajos y utilizan marketing de producto saludable. Enemigos difíciles de batir. En definitiva, un panorama complejo donde queda un largo

camino por recorrer y al que el resto de los países productores animamos, entendiendo que un país más implicado en la producción y consumo de aceite de oliva es un mejor aliado para los intereses comunes.



Selección en campo



Entrega en sacos

Marmara otra enfocada al cultivo de la variedad *Gemlik* de la que tenemos menos datos. En cualquier caso son una buena base para el lanzamiento



Arbol de Gemlik.

El camino de la mejora

La voluntad de progreso y avance tecnológico y comercial en Turquía se ve reflejado también en la existencia de asociaciones de cultivadores que abarcan estos objetivos y actúan como interlocutores entre las necesidades individuales de los agricultores y las posibilidades que el Gobierno turco puede ofrecerles, así como constituir ejes vertebradores de la producción y comercialización de aceites y aceituna de mesa, así como de los avances científicos en la materia. Destaca por ejemplo la (traducido) '*Asociación Oleícola del Este del Mediterráneo*', con más de 600 miembros y presidida por *Mehmet Güler*. También

existe en el entorno de Bursa , región del

de proyectos futuros en beneficio del sector.

Desde el punto de vista agrícola, las fluctuaciones productivas son un elemento a resolver ya que altera

La olivicultura en Turquía

VIVEROS SOPHIE – Spain (0034) 622 29 29 15

notablemente las expectativas comerciales generadas, y la mejora y estudio del potencial varietal del país, los emplazamientos adecuados, la mejora en la tecnología viverística, etc. aspectos que irán en cualquier caso mejorando. Tampoco hay que olvidar las acciones de comunicación y divulgación del aceite de oliva entre la población cuya gastronomía no está muy implicada con este producto pero que puede aceptarlo sin lugar a dudas hasta aumentar los ratios de consumo como se espera.

(East Mediterranean Olive Association)

STANDARD ZEYTIN ÇEŞİTLERİ KATALOĞU

Ankara, 1991 T.C. Tarım ve Köyişleri Baka

Informe del Consejo Oleícola Internacional sobre Turquía.



Arbol de Pistacho. Gaziantep.

VIVEROS
SOPHIE

Algunas fuentes consultadas:

T.C. DOĞU AKDENİZ ZEYTİN BİRLİĞİ