

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

3 de marzo de 2023



HOY ES NOTICIA:

Se recorta la demanda de aceite en los lineales un 14,5%

La producción europea de aceite de oliva se sitúa en 1.262.288 t. hasta enero.

Rosa M. Casas (IDIBAPS/Clínic Barcelona): “Hay propiedades que explican el efecto protector del AOVE frente al desarrollo del cáncer de mama o el de colon”.

España lidera el mercado de las importaciones de aceite de oliva en Irlanda.

Aceite de oliva Premium de Marruecos, un potencial cualitativo de prestigio internacional.



Siéntete parte de la agricultura del futuro

En CaixaBank queremos apoyar a todas las personas que transformáis el sector agroalimentario. Por ello, hemos creado el mayor **ecosistema de innovación agro** con el que podremos poner en marcha nuevos proyectos de digitalización, dar un impulso a jóvenes y mujeres a través de la innovación y ofrecer acceso a Fondos Next Generation EU para una agricultura sostenible.

Entra en cualquiera de nuestras más de 1.600 oficinas, que cuentan con más de 3.000 gestores especializados, o en CaixaBank.es/agrobank y siéntete parte de la nueva era del mundo agro.



AgroBank



Se recorta la demanda de aceite en los lineales un 14,5%

Las ventas totales de bienes de consumo en las cestas de la compra españolas en el mes de enero de 2023 se incrementaron un 10,5%, respecto a lo que nos gastamos un año antes, con un crecimiento del 15,5% en precio y un destacado retroceso en volumen del 4,4%, según los últimos datos publicados por NIQ.

Un mes más, la alimentación es el sector que mayor desembolso supuso para los españoles, con un crecimiento interanual de las ventas en valor del 12,0%, mientras que las ventas en volumen registraron una disminución del 3,8% lo que arroja un incremento en el precio del 16,5%, frente a enero de 2022.

Sin embargo, las bebidas desacelera su evolución en valor, alcanzando un incremento del 4,5% aunque también sufre una caída en el volumen del 4,5%, lo que lleva a un incremento en el precio del 9,4%

Entre las categorías que sufrieron mayor alza en el precio promedio en enero de 2023 frente a un año antes, se confirma la tendencia registrada en los últimos meses y así aparece el azúcar como el producto más inflacionista, con un incremento del 42%, seguida de la margarina, un 41% más; el aceite, que eleva su precio un 37%; la nata, un 35% más, mientras que la mantequilla se eleva un 31% más y la leche y las bebidas vegetales suben un 27%.

La alimentación es el sector que mayor desembolso supuso para los españoles, con un crecimiento interanual de las ventas en valor del 12,0%.

Por lo que respecta a las categorías que registran menos subidas en alimentación y bebidas, con alzas por debajo de los dos dígitos, figuran los platos preparados refrigerados y las aceitunas y encurtidos, ambos con subidas del 9%, mientras que el pescado congelado anota un incremento del 8%. Se da la circunstancia de que las pastas moderan su tendencia de subida de precio y anotan un 7% de incremento respecto a un año antes, al tiempo que los frutos secos registran un alza del 5%, y los vinos anotan una subida del 4%.





WO OE 10TH World Olive Oil Exhibition 2023 Mar 7/8 Madrid

Juntos creamos oro **INFIABA** Federación Española de Industriales Fabricantes de Aceite de Oliva

POMONA KEEPERS IFEMA MADRID

Visítanos en el stand: **A01**

Comportamiento de la demanda

Por lo que respecta a alimentación y bebidas, entre los productos que recortan más su demanda aparece el aceite, con una caída del 14,5, los alimentos infantiles, un 11,5% menos, azúcar y edulcorantes, que reducen su volumen de venta en un 8,6%.

Sin embargo, con crecimientos positivos en la demanda nos encontramos la charcutería, con un 2,7% más de ventas en volumen respecto a enero de 2022, los que se catalogan dentro de otros congelados, con un 2,6% más de demanda; las verduras congeladas con un 2,3% más, la panadería industrial y las golosinas, con sendos incrementos del 1,7% o las pastas, que incrementan sus ventas en volumen en un 1%.

Patricia Daimiel, directora general de NielsenIQ para el Sur de Europa, ha manifestado que “tras muchos meses conviviendo con la inflación, los compradores tienen que replantearse sus prioridades y así, según nuestro estudio Perspectivas de los Consumidores 2023, el 23% de los españoles afirma que el mayor gasto que tienen que afrontar es el de los suministros, abordando en segundo lugar la alimentación, el cuidado personal y el del hogar”.

“Esta bajada de la demanda en los bienes de gran consumo indica que los consumidores están optando por reducir sus compras ante una subida de precios que ya se prolonga mucho en el tiempo. En los próximos meses veremos si la reducción del IVA que ha decretado el gobierno en algunas categorías de alimentación se recoge en los hábitos de los consumidores”.

Fuente: [Olimerca](#)

La producción europea de aceite de oliva se sitúa en 1.262.288 t. hasta enero

La producción de aceite de oliva en la Unión Europea (UE) se ha situado en 1.262.288 toneladas en los primeros meses de campaña, de las que 438 t. correspondieron al mes de septiembre, 119.888 t. a octubre, 400.007 t. a noviembre, 447.225 t. a diciembre y 294.730 t. a enero, según los últimos [datos de la Comisión Europea \(CE\)](#).



El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA 100 SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

For Earth, For Life
Kubota

kes.kubota-eu.com / @kubotaspain / #kubota



De esta cifra total, por países y hasta enero, 282.300 t. corresponden a Grecia; 612.956 t. a España; 2.691 t. a Francia; 234.236 t. a Italia; 125.000 t. a Portugal; 710 a Eslovenia; y 4.395 t. a Croacia.

La Comisión prevé que la producción de aceite de oliva en la UE se sitúe en 1.398.655 toneladas esta campaña frente a 2.271.700 toneladas de la temporada anterior. En el caso de España, Bruselas estima una producción de 680.000 toneladas (-54,3%) y sitúa la producción de Italia en 235.000 toneladas (-28,5%), la de Grecia en 350.000 t. (+50,8%); y la de Portugal en 125.000 t. (-39,3%).

Sobre el consumo comunitario de aceite de oliva, la Comisión prevé que se sitúe en 1.207.916 toneladas (-22,1%). Asimismo, el Ejecutivo comunitario sitúa el stock final de campaña en 421.674 toneladas (-37,1%).

Fuente: [Mercacei](#)

Rosa M. Casas (IDIBAPS/Clínic Barcelona): “Hay propiedades que explican el efecto protector del AOVE frente al desarrollo del cáncer de mama o el de colon”

Rosa M. Casas es la coordinadora científica del Grupo de Riesgo Cardiovascular, Nutrición y Envejecimiento de los laboratorios IDIBAPS-Hospital Clínic de Barcelona. Contratada CIBER, con un amplio conocimiento del mundo de los aceites de oliva virgen.

En mercados como EE.UU., las autoridades sanitarias dejan destacar en su etiquetado sus virtudes saludables, lo que no ocurre en la UE. ¿El aval científico y médico sobre las virtudes saludables del aceite de oliva debería ser más reconocido?

Si algo tienen en común los consumidores de aceite de oliva chinos, norteamericanos, alemanes o españoles es que todos ellos buscan un producto que además de calidad, sea saludable. El principal factor en la decisión de comprar aceite de oliva por parte del consumidor es que sea bueno para la salud. Nuestra necesidad de comer más saludable, más sano y de manera equilibrada, se ha





acrecentado desde la pandemia. El consumidor sabe que el aceite de oliva es sano y bueno para su salud, pero desconoce los beneficios específicos derivados de su consumo. Desconoce que consumir aceite de oliva virgen le ayuda a reducir la presión arterial, que el aceite presenta propiedades antiinflamatorias, antioxidantes y anticancerígenas, que permite mantener o incluso reducir el peso corporal.

Sin embargo, y de acuerdo con los resultados obtenidos de un estudio realizado sobre los profesionales de la salud, a pesar de que la gran mayoría (76,3%) declararon estar muy o bastante informados sobre estas propiedades saludables del aceite, el 73% desconocía la existencia de las alegaciones nutricionales y saludables de los alimentos en la Unión Europea.

La conclusión que podemos extraer es que los facultativos deberían contar con más información sobre salud y aceites de oliva. Que no todas las grasas son iguales, es algo que éstos ya conocen. Ahora es necesario desarrollar nuevas estrategias de comunicación con el fin de difundir entre los profesionales y también entre la población general, las bondades saludables de los aceites de oliva, siempre con el respaldo de lo que dice la ciencia al respecto.

Las enfermedades cardiovasculares siguen siendo una de las principales causas de muerte en el mundo. ¿El consumo de aceites de oliva virgen es clave para mitigarlo?

La Dieta Mediterránea ocupa el primer lugar como el patrón dietético más saludable del mundo. Dentro de este patrón dietético tradicional, es el consumo de aceite de oliva virgen su sello distintivo. En los países mediterráneos, sabemos que el aceite de oliva aporta entre un tercio y dos tercios del total de grasas vegetales consumidas y que su consumo se asocia con un menor riesgo de padecer enfermedad cardiovascular, así como de mortalidad por esta causa.

Así, los beneficios del consumo de aceite de oliva van más allá de una mera reducción del colesterol unido a lipoproteínas de baja densidad. Su alto contenido en ácidos grasos monoinsaturados, especialmente el ácido oleico, parece tener efectos antihipertensivos, antiinflamatorios y antitrombóticos. Asimismo, otros componentes minoritarios como los polifenoles, la vitamina E y las moléculas de lípidos, han mostrado importantes efectos cardioprotectores a través de varios mecanismos basados en sus propiedades antiinflamatorias, antioxidantes y antiaterogénicas.



NUTRI NAV

¿Sacas hasta la última gota
a tu software de gestión?
Nosotros te decimos cómo

Solicita una demo

Oficinas en: SEVILLA · ZARAGOZA · VALLADOLID Telf: 900 909 619 info@ayanet.es basado en Microsoft Dynamics 365 Business Central www.nutrinav.es





Desde el punto de vista saludable, ¿la ingesta de aceite de oliva virgen extra es más recomendable en crudo que en fritos?

Está claro que el tiempo y tipo de cocción va a producir un cambio en la composición de los compuestos fenólicos del aceite y de los alimentos. Un estudio realizado por la Universidad de Granada mostró que la fritura en Aceite de Oliva Virgen Extra de diversas hortalizas (patata, calabaza, tomate y berenjena) es la técnica que mejora la capacidad antioxidante y el contenido de compuestos fenólicos de estas verduras. Al parecer, con este tipo de cocción se favorecería la transferencia de los fenoles del aceite de oliva virgen extra hacia los vegetales. Por tanto, dichos vegetales poseerían un mayor contenido en fenoles que no el alimento crudo.

Sin embargo, y de acuerdo con lo que muestra la evidencia, cuando freímos o calentamos en el microondas el aceite de oliva virgen extra no parece haber ventajas significativas en comparación con el aceite de oliva.

Que la información disponible resulte contradictoria, se debe a que estos estudios muestran muchas limitaciones metodológicas que van desde cómo se define el término “fritura” a cuál es el tipo y calidad de los aceites utilizados en estos experimentos, así como la diferente calidad y cantidad de compuestos fenólicos presente en los aceites usados. Pero está claro que la fritura incrementa la densidad calórica de los alimentos a causa de la cantidad de aceite absorbido, por lo que es un tipo de técnica culinaria que debemos evitar.

Así pues, si queremos apreciar mejor el sabor y las cualidades de un buen aceite de oliva extra, es directamente en crudo sobre una tostada de pan, una buena ensalada, o un gazpacho fresquito. Además, de esta manera nos aseguramos de que con su consumo obtenemos sus excelentes propiedades antioxidantes.

¿Queda mucho camino aún por recorrer en la investigación de las virtudes saludables del AOVE?

Está claro que queda mucho camino por recorrer, hasta la fecha sabemos que los atributos saludables de los aceites de oliva vírgenes se deben al efecto combinado y sinérgico que se da entre sus componentes mayoritarios y minoritarios. Mientras que las propiedades saludables de los componentes mayoritarios del aceite de oliva (ácido oleico principalmente) están ampliamente





WO OE 10TH World Olive Oil Exhibition 2023 Marzo 7/8 Madrid

Juntos creamos oro **INFLIDA** Federación Española de Industriales Fabricantes de Aceite de Oliva

POMONA KEEPERS IFEMA MADRID

Visítanos en el stand: **A01**

aceptadas, en el caso de los componentes minoritarios (compuestos fenólicos, pigmentos, hidrocarburos, esteroides, etc.), los cuales representan un 2%, no ocurre lo mismo. Se estima que existen más de 230 componentes minoritarios. Entre otras muchas propiedades asociadas a estos componentes (hidroxitirosol, tirosol, escualeno, uvaol, eritrodiole, ácido maslínico, ácido oleánico, escualeno y los terpenoides, entre otros) se puede destacar su capacidad de reducir el estrés oxidativo y proteger al ADN del daño oxidativo (efecto anticancerígeno).

Estas propiedades son realmente muy interesantes desde el punto de vista quimioprotectivo ya que, aunque sea de manera parcial, estarían explicando el efecto protector del consumo de aceite de oliva virgen extra frente al desarrollo de algunos tipos de cáncer como el de mama o el de colon. Además de estas propiedades antitumorales, otros compuestos minoritarios como por ejemplo el oleocantal, parecen presentar un efecto antiinflamatorio similar al del ibuprofeno.

Lo que diga cualquier conocida influencer parece que tiene más impacto entre cientos de miles de consumidores que lo que puedan decir destacados estudios científicos. ¿Hay que adaptar mejor el mensaje a esta nueva realidad?

Sin duda, los influencers juegan un papel fundamental dando a conocer nuevas tendencias y productos para abrir la mente del consumidor. No se trata solo de conseguir captar la atención del profesional sino también la del consumidor. Para eso es necesario escribir textos sencillos, con mensajes concisos y sin lenguaje técnico. Se trata de llegar lo más lejos posible sin aburrir y despertar el interés por este alimento. Aclarar conceptos erróneos, dar consejos de conservación y compra de aceites, ideas de maridaje o recetas para poder sacarle el mejor partido a este producto permitiría captar la atención del consumidor.

El aceite de oliva es más que un alimento, pero está infravalorado, es la base de nuestra gastronomía y debemos aprender a valorarlo como consumidores. El aceite de oliva virgen extra presenta un perfil de ácidos grasos más favorable que el aceite de coco, concretamente contiene un 75% de ácidos grasos monoinsaturados, siendo el resto una combinación de ácidos grasos poliinsaturados y saturados. Y contiene vitamina E, un componente clave del aceite con efectos beneficiosos para la salud. Por tanto, si hablamos de salud, el aceite de oliva sigue siendo la opción más destacada.

Fuente: [Revista Almaceite](#)



LABORATORIO unaproliva

LABORATORIOS UNAPROLIVA SOCIEDAD ANONIMA
NIF/CIF A-23319619
Domicilio: Pol. Ind. Los Olivares C/Mancha Real Parc 38 23009 JAEN
Telefono 953 240 530 Movil 601 430 255
Correo Electronico: Lab@laboratoriounaproliva.com
www.laboratoriounaproliva.com

Especializados en el análisis físico químico y organoléptico del Aceite de Oliva

NUESTRO COMPROMISO EFICACIA Y RAPIDEZ





España lidera el mercado de las importaciones de aceite de oliva en Irlanda

Un estudio realizado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Dublín-ICEX, destaca que las ventas de aceite de oliva han venido aumentando de manera constante en los últimos años gracias a la recuperación tras la crisis económica y al aumento en la demanda de productos premium, aunque esta tendencia ha cambiado en 2021 debido al impacto de la pandemia del Covid-19. En 2021 las ventas de aceite de oliva en Irlanda se situaron cerca de 309 millones de litros, un 11,36 % menos que el año anterior.

País importador

Irlanda carece de producción local de aceite de oliva, por lo que todo el producto que se consume es importado. Si se producen otras variedades de aceite vegetal como el aceite de colza, cuya popularidad ha aumentado en los últimos años apoyada en la aparición de nuevas marcas en el mercado.

Cerca del 80 % de las importaciones, tanto en valor como en volumen, son de aceite de oliva virgen. En 2021, las importaciones fueron de 14 millones de euros y cerca de 4.000 toneladas.

Por países exportadores, España es líder indiscutible tanto en volumen como en valor, con más del 60 % de las importaciones totales de aceite de oliva por parte de Irlanda, tanto en valor como en volumen.

Cabe destacar el rápido crecimiento de Portugal, ya que, frente al detrimento del resto de los países exportadores de aceite de oliva en Irlanda, Portugal se posiciona como un fuerte importador exponiendo unas cifras de crecimiento significativas.

Irlanda se sitúa en el puesto 27 en el ranking de exportaciones españolas de aceite de oliva en 2021, subiendo de posición respecto a años anteriores.

Dieta saludable y equilibrada

En los últimos años se observa un interés creciente del consumidor hacia productos sanos como respuesta a la búsqueda de una dieta saludable y equilibrada. Aunque los hábitos de consumo siguen estando condicionados por una escasa cultura gastronómica, gradualmente el consumidor irlandés se ha interesado más por las cualidades y beneficios del aceite de oliva y lo ha ido incorporando de manera paulatina en su día a día. Los consumidores irlandeses consideran el aceite de oliva como el más sano.

La percepción del aceite de oliva español es muy buena, muestra de ello es su posición de liderazgo. La mayor parte del aceite de oliva que se vende en Irlanda es de procedencia española y, casi siempre, se hace referencia a este origen también en la etiqueta con inscripciones como “Spanish origin” o “Spanish olives”.

Fuente: [Oleorevista](#)



Aceite de oliva Premium de Marruecos, un potencial cualitativo de prestigio internacional.

El **Agro-pôle Olivier Meknès** ha organizado una nueva edición del premio "Volubilis Extra-Vierge Maroc", cuyo objetivo es promover la calidad del AOVE elaborado en Marruecos en el mercado nacional e internacional. El jurado de este certamen ha destacado que el aceite de oliva Premium marroquí cuenta con un potencial cualitativo de prestigio internacional.

"Este trofeo es realmente magnífico, recompensa a los productores por su trabajo de todo el año y los proyecta hacia el mundo del mañana recordándoles que es la calidad la que puede desarrollar la competitividad de nuestros aceites en los mercados nacionales e internacionales. Asimismo, buscamos a través de este concurso animar a los productores marroquíes a mejorar la calidad del producto y promover la armonización del sabor a través del uso consciente de la combinación de la calidad y el perfil sensorial/organoléptico", ha subrayado Nouredine Ouazzani, creador y organizador de este certamen.

La edición de este año ha contado con la participación de 20 marcas de aceite de oliva procedentes de las principales zonas olivereras de Marruecos tales como Meknès, Fès, Essaouira, Oujda, Nador, Taounate, Marrakech, Bni Mellal y Sefrou.

Así, en la categoría "Frutado Intenso", el jurado ha otorgado la "Rama de Oro" al AOVE Prestige, de Olea Capital; mientras que la "Rama de Plata" ha sido para Domaine Villa Maroc, de la cooperativa Les Huiles Essaouira. Además, en la categoría "Frutado Medio", el jurado ha entregado la "Rama de Oro" a la marca Oliva, de la empresa Aldahra; y la "Rama de Plata" a Olealys, de Oleastre.

Además, el jurado también ha seleccionado el TOP 10 del trofeo Premium "Volubilis Extra Virgin Maroc 2023" que han recibido los AOVes Prestige, de Olea Capital; Oliva, de Aldahra; Domaine de Kalea, de Lesieur Cristal; Domaine Villa Maroc, de la cooperativa Les Huile Essaouira; Olealys, de Oleastre; Tihli la corsé, de Tihlima; Akalia, de Iskla; Volubilia, de Olivinvest; Aicha, de LCM-Aicha; y La Finca de l'Atlas, de La Finca de L'Atlas.

La presidenta del jurado del concurso, Franca Camurati, ha destacado que "Marruecos ha realizado grandes progresos en la mejora de la calidad del aceite de oliva y en el desarrollo de una personalidad. Este año he participado en varios concursos internacionales y locales en Italia y puedo confirmar que los aceites marroquíes están al mismo nivel de calidad que los AOVes premiados en estos certámenes internacionales".

"A lo largo de los años, este certamen se ha convertido en una auténtica herramienta para potenciar y promocionar el potencial cualitativo del aceite de oliva marroquí a nivel internacional y es la mejor manera de entender dónde estamos y hacia dónde podemos llegar con el compromiso de hacerlo mejor cada año e ir hacia la calidad, la calidad y la calidad, porque se espera que Marruecos sea uno de los principales actores en el mercado del aceite de oliva en los próximos años", ha resaltado Ouazzani.





Campaña 2022/23 en Marruecos

Por otro lado, Agro-pôle Olivier ha informado de que, tras la recolección, las estimaciones actuales de los operadores del sector olivarero marroquí apuntan a que la producción de aceite de oliva disminuirá más de un 70% esta campaña respecto a la anterior, cuando alcanzó 140.000 toneladas. En la actualidad, las previsiones hablan del orden de 30.000-40.000 t.

Esta entidad ha señalado que, como en todos los países mediterráneos, la producción de la campaña 2022/23 sufrió un descenso "indiscutible", debido a una "severa y devastadora" sequía que no se veía en Marruecos desde hace más de 40 años. En este sentido, se ha referido a las altas temperaturas y a los días muy calurosos registrados en primavera y en verano de 2022, a lo que se sumó la falta de lluvias, especialmente durante la época estival.

"Realmente se trata de una campaña corta. Muchas almazaras permanecieron cerradas. Sin embargo, algunos escasos olivares de regadío de variedades foráneas presentaron interesantes producciones", ha considerado.

Según Agro-pôle Olivier, "la situación estructural de sequía que estamos viviendo nos hace temer por el futuro del olivar de secano en Marruecos". A esto se unen los incrementos generales de los insumos y, en particular, de la energía, el transporte, la mano de obra, los materiales auxiliares, etc., lo que supone un aumento considerable de los costes de producción del aceite de oliva, que pueden oscilar entre un 30 y un 40% de media.

"Como consecuencia, las almazaras industriales experimentaron un marcado aumento de costes y un descenso de la producción de aceite de oliva, por no hablar de la calidad. Esta situación ha trastocado mucho el mercado local del donde se ha producido un aumento excepcional del precio que ha alcanzado en algunas zonas olivareras los 8 dirham/litro", ha asegurado.

Fuente: [Mercacei](#)

PRÓXIMAS JORNADAS

6 marzo 2023



Inscripción [aquí](#)

6 marzo 2023



6 marzo, 18:00 h

S.C.A . DOMINGO SOLÍS

Av. de Oro Verde, 30 23600

MARTOS

9 marzo 2023



9 marzo, 18:00 h

S.C.A. LA ENCARNACIÓN

Ctra. A-315, Km. 22 23460

PEAL DE BECERRO

14 marzo 2023



14 marzo, 18:00 h

CASA DE LA CULTURA

C/ Héroes de Bailén, 18 23710

BAILÉN



24-25 abril 2023



The screenshot shows a webpage header with the Spanish flag, the logo of the Spanish Ministry of Agriculture, Fisheries and Rural Affairs, and the logo of the Spanish Olive Oil Producers' Federation (OLFIDA). The main heading of the course is "Ecorregímenes en cultivos leñosos: cubiertas vegetales espontáneas o sembradas y cubiertas inertes de restos de poda". Below this, the course title is repeated in a larger font: "ECORREGIMENES CULTIVOS LEÑOSOS CUBIERTAS". The dates and location are listed as "Curso de 'Ecorregímenes orientados a los cultivos leñosos: cubiertas vegetales espontáneas o sembradas y cubiertas inertes de restos de poda', 24 y 25 de abril de 2023".

Inscripción [aquí](#)

