

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

2 de junio de 2023



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



La crisis climática y su repercusión en el sector olivarero mediterráneo.

Aceites de Oliva de España lanza una nueva campaña en Alemania.

Organizaciones de España e Italia firman un manifiesto de alianza para desarrollar acciones en favor del virgen extra “como buque insignia del sector oleícola internacional”.

Italia aprueba un proyecto de ley para proteger y promover el "Made in Italy".

#OliveOil4Earth, el papel del olivar como aliado del medio ambiente.



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

La crisis climática y su repercusión en el sector olivarero mediterráneo

Con motivo de la celebración de la 60ª reunión del Comité Asesor (CA) del Consejo Oleícola Internacional (COI) sobre Aceite de Oliva y Aceitunas de Mesa, por invitación y con la colaboración activa del Ministerio de Agricultura de Chipre, un grupo de trabajo internacional, con científicos y expertos de todos los países mediterráneos, estuvo presente en dicha convocatoria para ayudar a Puglia a abordar el enorme problema de Xylella. Entre las propuestas presentadas se encuentra la realizada por Gennaro Sicolo, vicepresidente del Comité Asesor de aceite de oliva y aceitunas de mesa del Consejo Oleícola Internacional (COI), además de vicepresidente nacional de CIA.

Propuestas presentadas

Gennaro Sicolo expresó su defensa de la producción agroalimentaria mediterránea, en particular del aceite de oliva virgen extra, lamentablemente hoy relegado al papel de mercancía. “El aceite de oliva virgen extra necesita ser reconocido como un alimento valioso, con valores muy altos desde el punto de vista nutricional y de salud -explicó-. Hice un llamamiento a los miembros del COI, volviendo a la urgencia de desarrollar una legislación más clara, más transparente y más estricta, especialmente en lo que respecta al etiquetado, es decir, la posibilidad de que los consumidores de todo el mundo accedan a la información sobre el origen, los métodos de producción y los valores cualitativos del aceite expuesto en los supermercados de forma rápida y sencilla”.

Además analizó la situación de la crisis climática, con las consecuencias sobre el sector olivarero y la necesidad de que los gobiernos apoyen a los productores para los que el riesgo empresarial ha crecido exponencialmente en los últimos años. “Lo que sucedió en Emilia-Romagna, Marche y parte de la Toscana es aterrador. Todo un sector, el primario, terminó pudriéndose bajo el agua, abrumado por el lodo, los escombros y una inundación que destruyó muchas fincas -recordó Sicolo-. La conciencia de cuánto han cambiado las condiciones para hacer negocios en la agricultura, precisamente a la luz de las trágicas consecuencias del cambio climático, debe guiar las acciones y programas de los gobiernos e instituciones internacionales en apoyo a los productores agrícolas de todas las cadenas productivas”.

Fuente: [Oleorevista](#)



Aceites de Oliva de España lanza una nueva campaña en Alemania

La Interprofesional del Aceite de Oliva Español ha presentado en Alemania su nueva campaña de promoción. De esta forma, coinciden en este país dos campañas de promoción simultáneas: la que hemos presentado, bajo el lema “Aceites de Oliva de España, los más premiados del mundo”, sostenida con fondos propios, y el “Olive Oil World Tour”, campaña de 3 años de duración, cofinanciada por la Unión Europea y que lleva activa en ese mercado desde octubre de 2021.

Una apuesta muy fuerte por este mercado que, Teresa Pérez, gerente de la Organización, cree que está plenamente justificada: “Alemania, con unas 80.000 toneladas, es el primer consumidor europeo de aceites de oliva entre los países no mediterráneos. El consumo casi se ha triplicado en lo que llevamos de siglo. En un mercado con potencial de crecimiento y dispuesto a pagar por productos de calidad. Hemos de dar con la tecla para conquistar al consumidor alemán. De hecho, es, junto con Brasil, el único mercado que España no lidera de forma directa. Hace sólo un mes lanzamos una campaña en el país sudamericano, y ahora le toca a la locomotora económica de Europa”.

La presentación de esta nueva acción ha tenido lugar en Hamburgo, la segunda ciudad del país, en dos importantes eventos, destinados, por una parte, a chefs y profesionales y, otro a distribuidores e importadores de aceites de oliva. Realizados en colaboración con la publicación profesional Chefs!, Magazine, contamos con la participación del cocinero alemán Benedikt Faust que elaboró una serie de platos para mostrar la versatilidad de nuestro producto, echando mano de aceites de oliva virgen extra de tres de nuestras principales variedades. Además, la catadora Carmen Sánchez ha realizado una degustación entre los asistentes. Por su parte, Teresa Pérez, fue la encargada de presentar la campaña, empezando por el spot, grabado en nuestro el olivar y que incide en que no es casualidad que los Aceites de Oliva de España lideren el ranking de premios internacionales de calidad. Es fruto del trabajo y el esfuerzo de un sector que es líder mundial en calidad y cantidad de aceites de oliva producidos y comercializados. Además de en televisión, la campaña ya está activa en más de 1.500 soportes publicitarios de exterior, en puntos de venta de todo el país, así como en medios digitales. Destacar que estos eventos han estado presididos por una espectacular oleoteca con unas 160 referencias presentes en este mercado. Casi un tercio de ellas de aceites de oliva virgen extra de producción ecológica. No hay que olvidar que Alemania es un gran consumidor de alimentos ecológicos.



El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

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

For Earth, For Life Kubota



Según recoge el informe 'El mercado del aceite de oliva en Alemania', elaborado por la Oficina Económica y Comercial del Consulado General de España en Düsseldorf, más del 41% de los aceites de oliva vendidos en ese país en 2021 llevaban un sello de garantía, repartido en proporciones prácticamente idénticas entre aquellos con sello bio (el 18,8 %) y los que contaban con una garantía de origen (el 18,1%). A ellos hemos de unir el 4,3% adicional que contaban con los dos sellos de garantía. Otro dato curioso es que, alrededor de la mitad de los aceites de oliva virgen extra que se venden allí, llevan información sobre la variedad de aceituna. El 65% de los españoles lo hacen, muy por encima de italianos y portugueses.

El alemán ha sido tradicionalmente un mercado dominado por los productos italianos. Según los datos de Statistics Germany, Italia exportó a ese país 36.294 toneladas de aceites de oliva en 2022, el 45,96% de todos los aceites importados. España, por su parte, colocó en ese mercado 24.993, lo que supuso el 31,65%, unos 14 puntos menos. Hace una década, ese diferencial era de casi 59 puntos. En 2013, Italia logró el 72,43% de las importaciones y España el 13,52%, con unas ventas de poco más de 9.000 toneladas. “A la vista está, que hemos logrado notables avances en estos años. Pero, aún tenemos que superar esa brecha para situar nuestro alimento en la posición que se merece en ese mercado. Por esa razón hemos decidido hacer un mayor esfuerzo. Así, además de la campaña activa en colaboración con la Unión Europea desde hace dos años, ahora hemos lanzado otra adicional, que incide directamente en aquellos aspectos que hacen únicos a los Aceites de Oliva de España”. La nueva campaña ha optado por un lema contundente: “Aceites de Oliva de España, los más premiados del mundo” haciendo hincapié y referencia al país de origen y a la calidad objetiva de nuestra producción.

Fuente: [Interempresas](#)

Organizaciones de España e Italia firman un manifiesto de alianza para desarrollar acciones en favor del virgen extra “como buque insignia del sector oleícola internacional”

Organizaciones de España e Italia han firmado un manifiesto de alianza para desarrollar acciones en favor del aceite de oliva virgen “como buque insignia del sector oleícola internacional”, según señala la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO).. Dicho manifiesto ha sido refrendado por

Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar

bioland
ENERGY

GRUPO
oleícola jaén

Av. Vilches, KM 3.5 - La Carolina (Jaén)
(+34) 953 68 08 15 - bioland@grupoleicolajaen.com



AEMO, la Asociación Española de Maestros y Operarios de Almazara (AEMODA), la Asociación Italiana de Agricultores, Confragricoltura, y la Asociación italiana de Almazaras, Assofrantoi.

Con motivo de un encuentro celebrado el pasado 20 de mayo de 2023 en Campania (Salerno), representantes de las cuatro asociaciones redactaron y acordaron el manifiesto de alianza que acaba de ser formalmente refrendado.

El Manifiesto de Alianza España-Italia marca una serie de objetivos y acciones que estas asociaciones pretenden desarrollar en pro del desarrollo y prosperidad del sector del olivar.

Entre los objetivos destacan la formación de los profesionales del sector encaminada a la obtención de vírgenes extra de alta calidad organoléptica y saludable; potenciar las medidas, en el campo y en la industria, para optimizar el balance de carbono contribuyendo de esta forma a la mitigación del cambio climático; potenciar la formación de los consumidores para que diferencien el auténtico zumo de fruta, el virgen extra, del resto de categorías, y defender la autenticidad de los aceite de oliva frente a la comercialización de mezclas con otras grasas que, en opinión de esta alianza, deberían ser prohibidas en el territorio de la UE. Finalmente se establecerán acciones para aumentar la generación de renta complementaria al sector a través del oleoturismo o la valorización de los subproductos.

Para la consecución de estos objetivos, las partes adheridas se proponen ejecutar acciones anuales como la traducción en ambos idiomas del material formativo e informativo existente, la organización de jornadas anuales de formación con intercambio de conocimiento en toda la cadena de valor de ambos países, o la emisión de comunicados conjuntos ante situaciones de actualidad que incumban al sector oleícola.

“En síntesis, esta alianza pretende poner una piedra más en el edificio de la calidad y la excelencia de los aceites de oliva vírgenes extra, y en la promoción y defensa de la grasa más rica y sana de todas las conocidas, la auténtica sangre de la dieta mediterránea, el AOVE”, subrayan desde AEMO, que recuerda que la reunión de Salerno contó en su organización con la estrecha colaboración de Leonardo Feola, ingeniero agrónomo italiano, e Isabel Calvache, gerente de Caracol Tour.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

NUTRI NAV

¿Sacas hasta la última gota a tu software de gestión?

Nosotros te decimos cómo

[Solicita una demo](#)

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

Italia aprueba un proyecto de ley para proteger y promover el "Made in Italy"

El Consejo de Ministros de Italia ha aprobado un proyecto de ley con el objetivo de impulsar el "Made in Italy". "La valorización de la marca país italiana ha sido un punto central para el Gobierno de Giorgia Meloni desde el primer día, porque la calidad, de la mano de los productos italianos, es un elemento a proteger y promover", ha destacado el ministro de **Agricultura, Soberanía Alimentaria y Bosques**, Francesco Lollobrigida.

Lollobrigida ha explicado que este proyecto de ley tiene como objetivo "potenciar las producciones de excelencia y el arraigo cultural de nuestra nación, como factores a conservar y transmitir para sustentar el crecimiento de la economía nacional".

El ministro italiano ha resaltado que esta iniciativa recoge medidas "importantes" para promover el "Made in Italy", con disposiciones específicas para el sector agroalimentario. Entre ellas, se encuentra la valorización y protección del patrimonio cultural inmaterial del país, "que representa la identidad colectiva, una identidad que pasa también por la información correcta sobre los productos que llegan a las mesas italianas todos los días".

Asimismo, ha señalado que también se define el fortalecimiento y la difusión del sistema de etiquetado "NutriInform Battery", que proporciona información sobre la ingesta nutricional de los alimentos en relación con las necesidades diarias y la correcta alimentación. A su juicio, "este sistema pretende apoyar la Dieta Mediterránea y a las empresas de la cadena agroalimentaria, en marcado contraste con el sistema Nutri-Score, que obedece a otras lógicas, muchas veces vinculadas a los intereses de las multinacionales y que estigmatizan nuestros productos".

A su vez, se incluye la posibilidad de que los restauradores italianos en el extranjero obtengan la certificación de "Restaurante italiano en el mundo", que certifica la calidad de los productos gastronómicos y enológicos "que cumplen con las mejores tradiciones italianas". También se prevé la constitución de un fondo de 2 millones de euros para cada uno de los años 2024 y 2025 para el "Distretti del prodotto tipico italiano", con el objetivo de promover y desarrollar las cadenas agroalimentarias italianas, potenciando las producciones locales y garantizando la autenticidad de los productos típicos del país.

Fuente: [Mercacei](#)



#OliveOil4Earth, el papel del olivar como aliado del medio ambiente

El calendario de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) establece que el 5 de junio se celebra el Día Mundial del Medioambiente. Una fecha importante para todos aquellos que respetan la naturaleza, especialmente el sector del olivar que desde hace años se ha convertido en un destacado aliado en preservar el medio ambiente.

Y es que, por ejemplo, un litro de AOVE ecológico absorbe el CO₂ que puede emitir un coche en un mes en un trayecto diario al trabajo, además de que el olivar ecológico reduce en un 100% la huella de carbono por kilo.

Pero eso no es todo, porque el olivar en España es el cultivo leñoso más eficiente en la gestión de agua ya que, en su práctica totalidad, se riega por goteo con dotaciones muy bajas de 1.500 m³ ha.

Esto se debe a que el control por sensores de humedad se está usando cada vez de forma más frecuente, empleando tecnología que permite usar el goteo de la forma más eficiente.

Por otra parte, el olivar que se cultiva en cubiertas vegetales genera grandes beneficios medioambientales como reducir la erosión del suelo, incrementar la materia orgánica, fertilidad, calidad y disponibilidad de agua o la biodiversidad de la finca, entre otras, además de contribuir a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

De ahí el prestigio creciente que está tomando la industria oleícola, no solo por los beneficios saludables que el producto aporta a las personas, sino por la capacidad que tiene su proceso de producción de combatir la contaminación.

Por ese motivo, el Congreso Mundial del Aceite de Oliva (OOWC) ha querido unirse a esta festividad a través de una acción colaborativa en la que pueden participar todos los operadores que compartan el compromiso con el medio ambiente.



Para ello, el OOWC ha lanzado una campaña bajo el slogan ‘Olive Oil 4 Earth’, con la que se quiere trasladar a la sociedad el valor del aceite de oliva como uno de los productos naturales más valiosos para cuidar el medio ambiente.

A través de un vídeo, la campaña mostrará como los operadores de la cadena de valor del aceite de oliva que están comprometidos con el medio ambiente son los garantes de lograr un producto sostenible, singular y de alto valor. Pero no solo eso, porque esta iniciativa también mostrará al aceite de oliva como un regalo de la tierra.

La campaña será compartida en las redes sociales del OOWC (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y Youtube) bajo los hashtags #OliveOil4Earth y #OOWC.

Además, el Congreso Mundial del Aceite de Oliva, como proyecto colaborativo, ofrece a las asociaciones, empresas e instituciones del sector la posibilidad de utilizar los materiales elaborados y compartirlos para poner en valor el producto y llegar a todos los consumidores de aceite de oliva en el mundo, mientras se anima a seguir promoviendo modelos de producción respetuosos con el medioambiente.

Para ello, además de poder compartir este vídeo, se han diseñado diversos materiales tales como una creatividad y plantilla para stories de Instagram que se podrá compartir en redes sociales personalizada, incluyendo el logotipo de cada uno.

Bajo el lema “Taste it, enjoy, It’s olive oil”, el congreso cuenta para su organización con AgroBank, la Junta de Castilla-La Mancha a través de la marca Campo y Alma y la Junta de Andalucía mediante su marca ‘Gusto del Sur’ como patrocinadores Platino, Grupo Interóleo, Balam Agriculture y Agrocolor, como patrocinadores Oro; y la empresa Kubota como patrocinador Plata.

Entre las herramientas de comunicación que los organizadores del congreso han desarrollado se encuentra la aplicación ‘Olive Oil World Congress’, disponible para Android e IOS tanto en español como inglés. Para descargar la APP es necesario acceder a Google Play en la versión para Android o a través del siguiente enlace:

[lay.google.com/store/apps/details?id=sentidocomun.apps.oliveoilworldcongress](https://play.google.com/store/apps/details?id=sentidocomun.apps.oliveoilworldcongress), y en el caso de la versión para IOS mediante la APP Store introduciendo el enlace:



pps.apple.com/us/app/olive-oil-world-congress/id1672583400. Pero eso no es todo, porque a través de la APP los usuarios que la descarguen permanecerán en contacto con la mayor red de profesionales del sector gracias al “Olive Oil Network”, una plataforma donde todo aquel que se registre podrá contactar con otros operadores registrados, compartir proyectos, desarrollar negocios e intercambiar información sobre producción, transformación o mercados.

Fuente: CAMPO

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

The advertisement features a central image of a laboratory setting with a gloved hand holding a pipette over a test tube containing yellow liquid. The background is blurred, showing other laboratory equipment and colorful containers.