

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

4 de enero de 2024



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Recta final en una campaña de la aceituna en Jaén “raqúitica y de ruina”.

Los envasadores italianos acaparan todas las operaciones a granel de aceite de oliva y el precio sigue en máximos históricos.

Jaime Lillo asume el cargo de director ejecutivo del COI.

Un total de 137 muestras de AOVE se han presentado al Premio Internacional Expoliva de esta campaña.

Agenda 2024: ferias y eventos de interés para el sector oleícola.

Contigo desde el origen

En CaixaBank queremos ayudarte a impulsar tu proyecto desde las raíces, como tú lo haces. Por ello, hemos creado el mayor ecosistema de innovación agroalimentaria para ofrecerte soluciones integrales, digitales e innovadoras.

Descubre AgroBank en CaixaBank.es

paralimpicos

AgroBank

PUBLICIDAD

Recta final en una campaña de la aceituna en Jaén “raqúitica y de ruina”

Se afronta la recta final para una campaña de la aceituna en Jaén “raqúitica y de ruina”. Así lo han confirmado las distintas organizaciones agrarias a Radio Jaén Cadena SER, volviendo a insistir en el gran mal que ha provocado la sequía a los campos de olivares de la provincia. Sobre la evolución actual de la campaña del olivar en el territorio jiennense el secretario general de UPA en la provincia de Jaén, también en Andalucía, Cristóbal Cano asegura que se puede cifrar en un porcentaje de recolección que ronda el 70%. “Una campaña de recolección que se ha caracterizado por la rapidez ya que no hay cosecha, no hay aceituna, por lo cual se avanza mucho más rápido en las parcelas”.

También se refiere a las lamentables condiciones meteorológicas, “que no han hecho que paremos, al no haber episodios de precipitaciones que era lo deseado y que hubiesen obligado a parar la recolección. Todo lo contrario. Apenas se han perdido días por cuestiones meteorológicas desde el inicio una campaña que se retrasó de forma generalizada hasta bien entrado el mes de noviembre, cuando otros años en octubre ya se había iniciado de forma general, como consecuencia de los bajos rendimientos”

Bajos rendimientos que han sido la tónica en esta campaña. Unos rendimientos varios puntos por debajo de lo estimado. Recordemos que el Aforo del Aceite de la Junta calculaba para la provincia de Jaén un rendimiento medio del 21,2% y no se va a llegar ni de lejos a esas cifras. “Como consecuencia de ello, no llegaremos a la producción estimada de 215.000 toneladas. Seguramente estaremos rozando las 200.000 en el mejor de los casos cuando finalice la campaña. Pero independientemente de 10.000, 15.000 o 20.000 toneladas, arriba o abajo, en la provincia de Jaén, eso no sirve para calificar la campaña como raqúitica y de ruina en el conjunto de la provincia y en el conjunto del sector. Por tanto, una vez que finalice este mes de enero, la campaña se podrá dar por concluida. Una mala campaña. Esperemos que las condiciones meteorológicas cambien para albergar las esperanzas en la próxima campaña”.

El Aforo: ¿se cumple o no?

Desde ASAJA, su gerente y portavoz en la provincia de Jaén, Luis Carlos Valero, también se encuentra en sintonía con la anterior organización agraria en que a la campaña del olivar le quedan



pocos días de recogida en el territorio jiennense. Confían en cumplir el aforo nacional, aunque las dudas estarán en lo que pase en nuestra provincia. “Las previsiones de producción, dado que el mes de diciembre por desgracia se han parado muy pocos días por efecto de la lluvia, la campaña de recolección tiene que dar unos datos muy avanzados por todos esos días que se han trabajado. Casi con toda seguridad se cumplirán los Aforos a nivel nacional, y en la provincia de Jaén tendremos que esperar a que la AICA en unos días aporte ya los datos a diciembre que eso sí nos aportará una orientación muy clara de cómo ha ido la campaña en la provincia de Jaén. Pero a nivel nacional entendemos que se cumplirán los aforos”.

Y para el secretario general de COAG en la provincia de Jaén, Juan Luis Ávila, la cosecha está también en su recta final, dejando incluso un margen de algo menos de un 30% de parcelas sin acometer. Eso sí, incide igualmente en que el rendimiento está siendo bastante escaso y vuelve a dudar, como ya lo hizo hace unos meses, en que los aforos puedan llegar a cumplirse. “La recolección de aceituna está muy avanzada esta campaña. Para las fechas en las que estamos yo creo que prácticamente el 70%, incluso más en algunas zonas, está ya todo recolectado. En lo que queda del mes de enero prácticamente se va a terminar la recolección en toda la provincia, pero de una forma mayoritaria antes de finalizar el mes. Yo creo que para después de Reyes, por lo menos lo que es la campiña, va a estar prácticamente finalizada y todas las zonas de sierra estarán muy avanzadas y a lo largo del mes de enero se finalizará la cosecha. Una cosecha que estamos viendo que es inferior a lo que inicialmente esperábamos, con unos rendimientos muy bajos. Creemos que va a ser muy difícil que se cumplan los aforos”.

Lo esperado vs lo esperable

Recordamos que el Aforo del Aceite presentado por la Junta de Andalucía presentaba datos como que Jaén aumentaría un 19,5% los datos de la anterior campaña con una aceituna que contaría con un 21,2% de rendimiento graso. Se previó la recogida de 215.000 toneladas de aceite y 1.012.000 toneladas de aceituna en la provincia de Jaén. Para toda la comunidad autónoma, una previsión de producción de 232.000 toneladas de aceite de enlace. La previsión total es de una producción de 2.801.000 toneladas de aceituna para molturar en Andalucía que generarían 550.600 toneladas de aceite, un 7,4% superior al año pasado. El enlace es de 257.000 toneladas para Andalucía.

Fuente: [SER](#)

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA · 100 AÑOS · SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

For Earth, For Life. Kubota

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



Los envasadores italianos acaparan todas las operaciones a granel de aceite de oliva y el precio sigue en máximos históricos

Como si fuera un artículo de lujo. Las botellas de aceite de oliva ya se venden en algunos supermercados con precintos de seguridad y alarmas antirrobo. El precio del denominado oro líquido no para de crecer. El año pasado, diciembre terminó con el aceite de oliva virgen extra a 6 euros el litro en los supermercados y parecía una barbaridad. Ahora mismo, para comprar la misma botella hay que pagar 9 o 10 euros.

La industria aceitera ya advierte de que el mercado del aceite pueda estallar como si se tratara de una burbuja bursátil. Por un lado, por que los altos precios pueden hacer que el mercado interno se resienta y descienda el consumo nacional bruscamente (ya se ha notado en este último trimestre). Comprar aceite a más del doble de lo que se pagaba hace año y medio es algo que no se pueden permitir todos los consumidores y perderlos es más fácil que recuperarlos, dicen desde el sector. Por otra parte, porque los precios están subiendo de una manera desorbitada, rompiendo cada techo de mercado, a pesar de que los envasadores españoles no están saliendo a comprar a la espera de que esta euforia se enfríe. Pero como éste es un mercado global, aunque los españoles no compren, hay otros que acaparan cada tonelada de aceite de oliva español que se pone a la venta. “Todo el aceite que se saca a la venta a granel se vende, porque los envasadores italianos están comprándolo todo”, detalla el almazarero de Valdehormo José Gabriel Alcober.

Así que, mientras la demanda se mantenga, los precios no bajarán. El industrial turolense reconoce que en el sector la sensación es que esta subida de precios que arrancó el año pasado “parece no tener fin”. No obstante, “lo tendrá”, apunta, “cuando los italianos tengan todas las reservas de aceite que necesitan y dejen de comprar aquí aceite”. Y entonces, ¿qué ocurrirá? se preguntan quienes observan a diario la gráfica del precio del aceite en subida libre.

Según el Sistema de Información de Precios POOLred, que calcula la media ponderada de los precios a partir de las operaciones de compraventa a granel de aceites de oliva realizadas en el mercado nacional, el año 2023 empezó con el aceite de oliva virgen extra en origen cotizando a 5,25 euros el kilo, mientras que este mes de diciembre ha llegado a los 8,48 euros/kilo. Y éstos son los precios que se manejan en la venta a granel en origen. Su traslado en envasado al consumidor final en los supermercados todavía no se ha producido, según apuntan los industriales.

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@grupoleicolaen.com



El anterior ya fue un año en que los precios subieron lo suyo debido a la corta cosecha española de olivas de la campaña 2022-2023, muy afectada por la sequía, una escasez de agua que ha seguido afectando este año a la mayor zona productora del país, Andalucía, y ligeramente al Bajo Aragón histórico, con la excepción del Matarraña, que tiene una cosecha histórica.

La escasa producción de aceite de oliva en nuestro país afianzó unos precios altos en el aceite ante la estimación de que a duras penas se conseguiría enlazar la cosecha pasada con la actual 2023-2024.

Aparte de lo anterior, la coyuntura de escasez de producción se ha mantenido este año en España. Según la información publicada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, la producción de aceite de oliva va a aumentar en las principales comunidades autónomas productoras como Andalucía, Castilla-La Mancha y Extremadura este año, pero va a continuar por debajo de la media en las dos primeras regiones, que son las mayores productoras del país. Según las estimaciones del Ministerio, esta cosecha será de 765.362 toneladas, es decir, un 15% mayor que la pasada (664.033 toneladas) y estará un 34% por debajo de la media de las últimas cuatro campañas olivareras.

En Andalucía, principal región olivarera del país -concentra el 70% de la producción española-, la cosecha se estima un 40% por debajo de la media debido a la baja producción prevista en las provincias de Jaén, primera provincia productora de España, de Córdoba y Granada. Las causas de la escasez hay que buscarlas en la situación climática de los últimos meses, con elevadas temperaturas en plena floración que provocaron pérdidas de flor y una merma en el cuajado de los frutos.

A lo anterior habría que añadir que en la campaña actual se han registrado finalmente en octubre unas existencias de enlace de 257.000 toneladas, esto es, un 43% menos que el enlace de la campaña anterior, y un 52% inferiores a la media de las cuatro últimas campañas oleícolas. Por tanto, los precios se han mantenido al alza por la escasez de productor en el mercado.

El almazarero de Valdeltormo José Gabriel Alcober definió la subida de precios experimentada durante todo este año como “brutal”. Ahora mismo, dice, nadie se atreve en el sector a predecir dónde va a acabar el mercado a corto plazo. Así que con incertidumbre no parece que los precios vayan a optar por la estabilidad.

La subida experimentada por el oro líquido en el primer semestre del año era “la esperada, y han ido cumpliéndose al dedillo todos los pronósticos”. No obstante, el sector esperaba una moderación de los precios con el inicio de la cosecha actual y la llegada de los primeros aceites de la temporada 2023-2024. Sin embargo, “los aceites no se han acomodado y han seguido subiendo”, añadió. Y ahí es donde a los industriales y envasadores les ha pillado el mercado con el pie cambiado.



NUTRI NAV

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

Solicita una demo

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



El mercado intentó descansar cuando el aceite en origen tocó los 7,5 euros por kilo. Sin embargo, “desde hace dos o tres semanas ha habido un repunte muy fuerte de los precios que ahora continúa y que no sabemos a dónde va a llegar, porque en este momento los compradores italianos están comprando todo el aceite que se saca al mercado”.

En este momento, por tanto, el aceite español tiene como principal destino la exportación, y “exclusivamente se va a Italia, donde los envasadores tienen una capacidad mucho mayor de aplicar las subidas que se están registrando en el aceite de oliva”.

Con una coyuntura así, no parece fácil que los precios del aceite vayan a moderarse, no de momento y al menos hasta que Italia deje de comprar aceite español. “Cuando los envasadores italianos se retiren, veremos si los españoles son capaces de aguantar estos mismos precios”, enfatizó el industrial turolense.

Escasez en el Mediterráneo

Italia, con una potentísima industria aceitera, siempre suele salir a comprar aceite a los mercados mediterráneos, pero este año la escasez es generalizada en toda la zona. Según el portal de información especializado en aceite de oliva Mercacei, Italia registrará una producción de alrededor de 270.000 toneladas, lo que supone un descenso de alrededor del 10% respecto al volumen registrado en sus mejores campañas. Grecia prevé producir 170.000 toneladas, lo que supone una gran disminución en comparación con el año anterior, mientras que Túnez también aportará cifras discretas con alrededor de 220.000 toneladas de aceite de oliva en esta cosecha. En cuanto a Marruecos, la sequía habría vuelto a menguar la producción de aceite en este país, donde se estiman entre 80.000 y 100.000 toneladas en esta campaña. Finalmente, Turquía, con 190.000 toneladas, y Portugal, con 150.000, acaban de completar un año en el que por distintos motivos la producción de aceite de oliva será corta y escasa.

En el caso de nuestro país, las estimaciones del Ministerio apuntan a que no se llegará a las 800.000 toneladas de producción de aceite este año (un 40% inferior a la media), y existen serias dudas de si se conseguirá enlazar con la próxima cosecha. Esa incertidumbre mantiene los precios por las nubes. Según enfatizó el almazarero de Valdehormo, “como estamos en un mercado global podría ser que no se llegara a final de campaña”. Si esto se mantiene así, la presión sobre los precios se mantendrá en lo que queda de año.

Aún con todo todavía hay que ver cómo evoluciona el mercado, ya que “en Andalucía apenas han empezado ahora a recoger la cosecha y se tiene que ver si la producción estimada no crece al alza, y lo mismo en la zona de Toledo, donde hay buena cosecha y van a ponerse a recogerla en breve”, señaló.



oliveCEPT®
Pulsos Eléctricos: más aceite y mejor calidad
Optimiza la extracción de aceite de oliva con la tecnología de pulsos eléctricos

- Mayor rendimiento de AOVE
- Calidad mejorada
- Mejor eficiencia

Infórmate sin compromiso

Va a subir a corto plazo

En cualquier caso, a corto plazo que el litro de aceite se pague en el supermercado a más de 10 euros no solo no es descartable, sino que es más bien previsible, porque “el aceite se está vendiendo en el supermercado más barato de lo que nosotros estamos pagando al agricultor”, asegura Alcober. Es decir, que la cadena alimentaria todavía no ha aplicado las subidas registradas en las últimas semanas.

Según el almazarero, “estamos entrando en terrenos peligrosos, y tenemos la sensación de que nos encontramos en una burbuja que puede estallar en cualquier momento y que haga que el mercado se rompa, porque decida no comprar a estos niveles”. Así que, “si hubiera un parón en las compras, las bajadas del aceite serían importantes”, apuntó. En cualquier caso, “no volverá a los 5 o 6 euros de ninguna manera”, añadió.

Sin lluvias a la vista

Las cooperativas del Bajo Aragón también observan con cautela y cierto temor esta escalada de precios. La Cooperativa del Mezquín todavía no ha vendido ni un solo litro de aceite a granel, porque la entidad cooperativista prefiere dedicar la poca producción que tendrá este año en el Bajo Aragón a la venta al detalle, donde obtiene mayor valor añadido. No obstante, la cuestión es si el consumidor estará dispuesto a pagar el aceite “a estos precios estratosféricos”, afirma Pedro Antonio Sancho, gerente de la entidad asociativa.

“En este momento, no sabemos si van a seguir subiendo, pero lo que está claro es que el mercado a granel sigue fuerte y el del envasado intenta aguantar el tipo, pero vender un litro de aceite de oliva a 9 y 10 euros se va a notar en el consumo; es difícil que la gente pueda comprar a estos niveles” un producto que forma base de la dieta alimentaria, afirmó. Lo más probable, según Sancho, es que el consumidor se pase a otros aceites más baratos o a aceites de oliva de peor calidad.

Para el cooperativista, “esta situación no es buena para el autoconsumo, porque vamos a sufrir las consecuencias”.

En relación a una hipotética bajada de los precios, el gerente de la Cooperativa del Mezquín consideró que “si se produce, no será radical, porque la sequía en Andalucía es pertinaz y, si no llueve de aquí a la primavera, en cuestión de precios lo vamos a seguir pasando mal, porque eso significará que tampoco habrá cosecha el año que viene”.



Coragro
Correduría de Seguros S.L.

*Especialistas en
Seguros Agroalimentarios*

www.coragro.es



¿Qué sería lo deseable? En opinión de Sancho “que llueva y que el año que viene haya una gran cosecha, lo que provocaría un parón en las subidas de precios” por las garantías de aceite en la siguiente campaña.

En el Bajo Aragón histórico la cosecha es enormemente desigual. “Con la excepción del Matarraña, donde hay una gran cosecha, en el resto del Bajo Aragón histórico, en Calanda, Alcorisa, Albalate, La Codoñera, Torrecilla... es media tirando para abajo, porque también ha resultado muy afectada por la sequía”, indicó Sancho.

Fuente: [Diario de Teruel](#)

Jaime Lillo asume el cargo de director ejecutivo del COI

El [Consejo Oleícola Internacional \(COI\)](#) inicia el nuevo año con la llegada de Jaime Lillo López como nuevo director ejecutivo, sustituyendo a Abdellatif Ghedira, que se despide tras ocho años de liderazgo exitoso y fructífero.

El miércoles 20 de diciembre de 2023, el personal del COI y otros amigos de la institución se reunieron para despedir al director saliente, agradeciéndole su pasión y su arduo trabajo desde que asumió su cargo de director ejecutivo en 2016. Entre innumerables hitos, tanto el personal como los países miembros del COI coinciden en que su trabajo dedicado y su espíritu resiliente ayudaron a mejorar la reputación de la organización intergubernamental. Bajo su liderazgo, la familia del COI dio la bienvenida a veinte nuevos miembros que ahora se han adherido al Acuerdo Internacional de las Naciones Unidas sobre el Aceite de Oliva y las Aceitunas de Mesa.

Durante la ceremonia de despedida, el director Ghedira (o Lofti, como lo conocen sus amigos) agradeció al personal por su trabajo perseverante y les recordó que un director sólo tiene éxito si el equipo que lo respalda trabaja como uno solo. Félix Madrid, jefe de la Unidad de Asuntos Financieros y Administrativos, reconoció la apasionada e inquieta devoción de Ghedira por el COI, agradeciéndole en nombre de todo el personal.

Jaime Lillo, que asumirá el cargo de director ejecutivo dentro de una semana, también agradeció al dirigente tunecino su diligencia y su amistad, regalándole un mapa que representa las capitales de Madrid y Túnez en una sola. A su vez, Ghedira ofreció a todos los miembros del personal un olivo plateado con piedras duras de color oscuro para conmemorar su viaje juntos. En una solemne ceremonia de clausura, el director saliente y el resto del personal del COI plantaron juntos un olivo



en el Jardín de la Paz de la Organización, un testimonio simbólico de su inquebrantable dedicación a la organización intergubernamental y una encarnación viva de su legado perdurable.

Nuevo líder del COI

Este pasado 1 de enero de 2024, la Secretaría Ejecutiva del COI ha dado la bienvenida a su nuevo director ejecutivo con quien trabajará mano a mano para seguir avanzando en la agenda y los objetivos de la organización. Jaime Lillo, de España, fue elegido como nuevo líder del organismo intergubernamental en la reunión de junio de 2023 y por consenso del Consejo de Miembros del COI. El ingeniero agrónomo conoce perfectamente la organización, habiendo dedicado los últimos siete años y medio a desempeñarse como director ejecutivo adjunto y supervisar las actividades operativas.

Durante este periodo participó activamente en la implementación de la estrategia de expansión del COI, incorporando nuevos miembros y acercándose a los principales países consumidores de aceite de oliva y aceituna de mesa que actúan como observadores de la organización. Lillo también ha ayudado a mejorar la armonización de las normas comerciales internacionales para el aceite de oliva y los aceites de orujo de oliva, ha supervisado un aumento significativo de los laboratorios de análisis sensorial reconocidos por el COI y ha lanzado numerosas actividades relacionadas con el medio ambiente, el cambio climático, los recursos genéticos del olivo y la sostenibilidad.

Fuente: [Interempresas](#)

Un total de 137 muestras de AOVE se han presentado al Premio Internacional Expoliva de esta campaña

La Fundación del Olivar ha comunicado el gran éxito que ha obtenido el Premio Internacional Expoliva a la Calidad de los Aceites de Oliva Virgen Extra de esta campaña 2023/2024, anunciando que ha recibido un total de 137 muestras. Este volumen refleja un aumento de muestras del 95% en comparación con la edición de 2022 de los Premios Terra Oleum y mantiene una cifra similar a la exitosa edición del año pasado de los Premios Expoliva, a pesar de la reducida producción de la campaña actual.

En esta edición se consolida el carácter internacional del premio, ya que se han recibido AOVES de diversos países productores de renombre, incluyendo España, Italia, Francia, Argentina, Uruguay



y Brasil. Este amplio espectro de participación internacional subraya la importancia mundial del Premio Expoliva y destaca su posición como uno de los certámenes más relevantes en el ámbito de los concursos internacionales. Este prestigioso premio, el más antiguo y con mayor trayectoria a nivel mundial en su categoría, se distingue por su exigencia y rigurosidad.

La recogida de muestras se lleva a cabo bajo la supervisión de notario, asegurando la transparencia y autenticidad del proceso. Además, en el destino se utiliza una doble clave avalada nuevamente por notario para garantizar la integridad y confidencialidad de los resultados. Este año se ha elegido un jurado excepcional, compuesto por catadores de reconocido prestigio internacional, procedentes de España, Italia y Portugal, que evaluarán las muestras con la atención y experiencia que caracteriza a este certamen.

El compromiso de la Fundación del Olivar con la excelencia y la calidad se refleja en la cuidadosa selección de jurados y en la meticulosidad de los procedimientos implementados. El Premio Internacional Expoliva es una referencia en el mundo del aceite de oliva virgen extra, no solo por su longevidad y tradición, sino también por la integridad que imprime a cada edición.

Como novedad, este año la Fundación del Olivar pone a disposición del jurado el software Intrapanel para la gestión de las valoraciones de las muestras presentadas al concurso. Intrapanel, desarrollado por la Fundación del Olivar, es un avance importante en la industria del aceite de oliva. Este sistema de administración y control de paneles de cata de aceites de oliva vírgenes es una herramienta valiosa para mejorar la calidad y consistencia de las evaluaciones sensoriales de aceites de oliva. El hecho de que esta aplicación esté siendo utilizada tanto por las grandes empresas del sector, laboratorios y que el Consejo Oleícola Internacional la haya seleccionado para utilizarla en todos los paneles de cata del mundo, destaca su relevancia y utilidad en la industria.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

Agenda 2024: ferias y eventos de interés para el sector oleícola

Ya estamos en 2024 y desde Mercacei queremos detallar las ferias y eventos agroalimentarios nacionales e internacionales que tendrán lugar durante este año y que constituyen citas de interés para los productores y empresas del sector del olivar y del aceite de oliva.



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



Enero

A nivel internacional, la primera de ellas será Winter Fancy Food, que se celebrará del 21 al 23 de enero en Las Vegas (EEUU), mientras que en el territorio nacional tendrá lugar la Fira de l'Oli de Qualitat Verge Extra, del 19 al 21 de enero en Lleida; Fitur, que se llevará a cabo del 24 al 28 en Madrid; Agroexpo, del 24 al 27 de enero en Don Benito (Badajoz); y Madrid Fusión, del 29 al 31 de enero en Madrid.

Febrero

Ya en febrero, fuera de nuestras fronteras destaca, entre otras, Azeitech, el día 2 en Maria da Fé (Minas Gerais, Brasil); Pitti Taste, del 3 al 5 en Florencia (Italia); Prodexpo, del 5 al 9 en Moscú (Rusia); Biofach, del 13 al 16 en Nüremberg (Alemania); Supermarket Trade Show, del 14 al 16 en Mihama (Japón); y Gulfood, del 19 al 23 en Dubái (Emiratos Árabes Unidos); y Olio Officina Festival (del 29 de febrero al 2 de marzo en Milán, Italia). En España se celebrará del 26 al 27 de febrero la World Olive Oil Exhibition (WOOE), que tendrá lugar en IFEMA Madrid.

Marzo

En marzo llegarán Foodex Japan (del 5 al 8 en Tokio, Japón); Enoliexpo (del 7 al 9 en Bari, Italia); Olio Capitale (del 8 al 10 en Trieste, Italia); Food Expo (del 9 al 11 en Atenas, Grecia); Expo West (del 12 al 16 en California, EEUU); e IFE London (del 25 al 27 en Londres, Inglaterra). En España se celebrarán el Symposium Nacional de Sanidad Vegetal (del 13 al 15 en Sevilla), Smart Agrifood Summit (del 14 al 15 en Sevilla) y Alimentaria (del 18 al 21 en Barcelona).

Abril

Por su parte, el mes de abril también albergará importantes citas nacionales e internacionales tales como MeetingPack (del 10 al 11 en Valencia, España); SOL&Agrifood (del 14 al 17 en Verona, Italia); World Food Poland (del 16 al 18 en Varsovia, Polonia); Salón de Gourmets (del 22 al 25 en Madrid, España); SIAM (del 23 al 28 en Meknès, Marruecos); y Ovibeja (del 30 de abril al 5 de mayo en Beja, Portugal).

Mayo

Mayo también tendrá un marcado acento internacional con ferias de interés para el sector tales como CIBUS (del 7 al 10 en Parma, Italia); SIAL Canadá (del 15 al 17 en Montreal, Canadá); NRA Show (del 18 al 21 en Chicago, EEUU); Olivtech (del 23 al 25 en Izmir, Turquía); SIAL Shanghai (del 28 al 30 en Shanghai, China); PLMA (del 28 al 29 en Ámsterdam, Holanda); Thaifex-Anuga Asia (del 28 de mayo al 1 de junio en Bangkok, Tailandia). En España tendrá lugar Hispack (del 7 al 10 en Barcelona), así como Futuroлива (del 23 al 25 en Baeza, Jaén).

Junio, julio y agosto

Asimismo, la temporada estival llegará con citas ya confirmadas como Organic Food Iberia (del 4 al 5 de junio en Madrid, España); Seoul Food and Hotel (del 11 al 14 de junio en Seúl, Corea del Sur); Food & Wine Classic Aspen (del 14 al 16 de junio en Aspen, EEUU); Summer Fancy Food Show (del 23 al 25 de junio en Nueva York, EEUU); Olive Japan Show (del 28 al 29 de junio en Tokyo,



Japón); Food and Hotel Indonesia (del 23 al 26 de julio en Jakarta, Indonesia); y Vietfood and Beverage (del 8 al 10 de agosto en Ho Chi Minh City, Vietnam).

Septiembre

Otras ferias claves en septiembre serán Fine Food Australia (del 2 al 5 en Melbourne, Australia); World Food Istanbul (del 3 al 6 en Estambul, Turquía); Speciality & Fine Food Fair (del 10 al 11 en Londres, Inglaterra); Gourmet Selection (del 15 al 16 en París, Francia); Foodex Saudi (del 16 al 19 en Riyadh, Arabia Saudí); y World Food Moscow (del 17 al 20 en Moscú, Rusia).

Octubre

En octubre tendrán lugar Fruit Attraction (del 8 al 10 en Madrid, España); Nordic Organic Food Fair (del 9 al 10 en Estocolmo, Suecia); y SIAL Paris (del 19 al 23 en París, Francia).

Noviembre

Finalmente, en noviembre tendrán lugar Gastronomic Forum Barcelona (del 4 al 6 en Barcelona, España); Worlds of Flavour (del 6 al 8 en Napa Valley, California, EEUU); FHC China (del 12 al 14 en Shanghai, China); Hospitality Qatar (del 12 al 14 en Doha, Qatar); SIMEI (del 12 al 15 en Milán, Italia); Biocultura Madrid (del 21 al 24 en Madrid, España); SIMA (del 24 al 27 en París, Francia); y Empack y Logistics & Automation (del 27 al 28 en Madrid, España).

Puede consultar todas las ferias y eventos en nuestra sección [Agenda](#).

Fuente: [Mercacei](#)

