

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

7 de mayo de 2024



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Se agotan las existencias de Aceite de Oliva Virgen Extra.

Se acerca el fin de la rebaja del IVA a los alimentos.

Hoy abre sus puertas la XXII Feria del Olivo de Montoro.

Presentada la cuarta edición de la iniciativa oleoturística Tardeo entre olivos de Aires de Jaén.

Un Hispack más grande busca acelerar las soluciones de packaging responsable.

¿Tiene que valer un AOVE más barato que un gin tonic?



Se agotan las existencias de Aceite de Oliva Virgen Extra

A perro flaco todo son pulgas; y esto es lo que está pasando en el mercado del aceite de oliva en España en esta campaña. Si tenemos en cuenta que las almazaras industriales ya han liquidado gran parte de sus aceites de oliva disponibles, ahora son las cooperativas las que comienzan a gestionar y controlar la mayor parte del aceite disponible de cara a los próximos meses hasta finales de septiembre. Este hecho está provocando que se reduzca la oferta en el mercado en origen y lo más importante, una oferta con menos presión para vender.

Si hablamos del comportamiento de los envasadores, se puede comprobar que en general están cubiertos, con unos niveles de stocks para aguantar unos 2 meses, dato que contrasta con la situación actual en Italia, donde apenas disponen de aceite para un mes.

No obstante, la industria envasadora también observa con mucha inseguridad que puede pasar en los meses de verano, a medida que se vayan agotando las existencias disponibles en todo el arco del mediterráneo, y esta inquietud también incide en que los productores se muestren firmes en sus posiciones vendedoras.

La industria envasadora también observa con mucha inseguridad que puede pasar en los meses de verano, a medida que se vayan agotando las existencias disponibles.

Conviene recordar que a nivel global y a fecha de 1 de mayo se estiman unas existencias a nivel del mediterráneo de 1.150.000 Tm y que si asumimos que nos quedan 5 meses de campaña y que el stock final no debería ser inferior a 345.000 Tm el consumo mundial en el periodo mayo-septiembre debe rondar las 805.000 Tm, unas 160.000 Tm mensuales.

Y si estas cifras son un problema, el verdadero drama lo tenemos en las cortas disponibilidades de AOVE de las que no hay más de 400.000 Tm de extra a nivel global del mediterráneo, es decir apenas el 34% del total para una necesidad del 60%.

Nadie tiene aceite para afrontar los meses de julio, agosto y septiembre y además todo el mundo es consciente de que octubre será un mes de producción mínima. Ojo al Virgen Extra, más del 60% de la demanda global será de extra y este dato contrasta con la escasa disponibilidad de esta calidad en el mercado.



La escasez de disponibilidades de otros países vecinos obligará a que vengan a España a adquirir AOVE, lo que podría suponer una presión alcista en los precios en origen. Sin olvidar que la escasez de auténticos virgen extra puede suponer que las cooperativas intenten dar salida ahora a buen precio a los mejores aceites y dejar para final de campaña los de menor calidad.

De hecho, en estos días los precios para un AOVE de máxima calidad se podían encontrar por encima de los 8,5€/kg, y un extra con valoraciones inferiores se ofrecían a 7,8€/kg; mientras que un oliva virgen no superaba los 7,5€/kg.

Fuente: [Olimerca](#)

Se acerca el fin de la rebaja del IVA a los alimentos

El 30 de junio. Esta es la fecha que contempla el Gobierno para poner fin a la rebaja del IVA a los alimentos, de acuerdo con el documento de actualización de las previsiones macroeconómicas y fiscales para los años 2024 y 2025, que ha remitido este martes a la Comisión Europea, tal y como informa Europa Press.

En concreto, el Gobierno prorrogó el pasado mes de diciembre hasta el 30 de junio de este año el IVA del 0% para determinados alimentos básicos, como el aceite de oliva.

En la misma línea, en el citado documento recoge que tras revertir la rebaja del impuesto a la electricidad y al gas (esta última finalizada en marzo), también se irá recuperando progresivamente el Impuesto Especial sobre la Electricidad hasta que alcance su tipo normal del 5,11% a finales de junio de 2024 y lo mismo ocurrirá, añade, con el Impuesto sobre el Valor de la Producción de Energía Eléctrica, "cuya exención irá desapareciendo progresivamente a lo largo del año".

Fuente: [Olimerca](#)

Hoy abre sus puertas la XXII Feria del Olivo de Montoro

La [XXII edición de la Feria del Olivo de Montoro](#) comienza hoy martes 7 de mayo, y se prolongará hasta el jueves 9 de mayo donde se mostrará y difundirá la "revolución digital" que está viviendo el sector del olivar. Las instalaciones del Patrimonio Comunal Olivarero del municipio del Alto

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

For Earth, For Life Kubota

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



Guadalquivir reunirán una importante representación de la industria y el conocimiento en torno al cultivo del olivo y su transformación. La feria está organizada por el Ayuntamiento de Montoro, en colaboración con la Universidad de Córdoba, la Asociación Española de Municipios del Olivo, el Consejo Oleícola Internacional, la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero y el Club Recreativo Ilígora, y cuenta con la financiación de Caja Rural Jaén, la Junta de Andalucía a través de los fondos FEADER de la Unión Europea y la Diputación de Córdoba.

Para la alcaldesa de Montoro, Lola Amo, “la XXII Feria del Olivo de Montoro es el mejor escenario para entender qué está pasando en el olivar y quien quiera saber qué va a pasar en el olivar, debe venir a Montoro”. Amo ha recordado que más de 300 pueblos andaluces tienen el olivar como principal actividad y más de 250.000 familias viven de este cultivo en Andalucía. La feria tiene carácter profesional, pero sabemos que esta cita puede ser del interés de todas estas personas vinculadas a este cultivo.

La feria se presentó en la **Universidad de Córdoba** que ha colaborado en el diseño de las jornadas técnicas que se celebrarán entre el 8 y el 9 de mayo, dirigidas por la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos y Montes de la Universidad de Córdoba. En ellas se abordarán cuestiones como las aplicaciones digitales que se están introduciendo en el fase del cultivo como la poda, los riegos, el abonado, el uso y control de fitosanitarios, el manejo del suelo, tecnologías para decidir cuándo recolectar, o proceso de automatización como los denominados ‘patios inteligentes’ o el control de las densidades. Las jornadas van a ser un ejemplo de la transferencia de conocimiento entre los investigadores y la industria.

Para el rector de la UCO, Manuel Torralbo, en Córdoba “estamos en la cresta de la ola de todo lo que se refiere al olivo: producción, calidad, investigación e innovación, pero no hemos de quedarnos ahí, sino que tenemos la necesidad de que la universidad esté cerca del sector para seguir mejorando”. Torralbo ha destacado el trabajo del IFAPA, la ETSIAM, el Departamento de Agronomía, los institutos de investigación y el Banco Mundial de Germoplasma de Olivo vinculados a la universidad.

Por su parte, el Jefe del Departamento de Tecnología del Aceite de Oliva y Medio Ambiente del Consejo Oleícola Internacional, Juan Antonio Polo, ha elogiado la agrupación de conocimiento y experiencia que existe en el Valle del Guadalquivir donde a su juicio “se concentra la vanguardia mundial del conocimiento y la innovación en el sector oleícola, el Silicon Valley del olivar en el mundo, junto a la mayor superficie de olivar”, por lo que asegura que “la Feria del Olivo y sus jornadas técnicas tienen el máximo interés”.

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@grupooleicolajaen.com



En el acto de presentación de la feria ha estado presente el representante en Córdoba de Caja Rural de Jaén, Luis López Crespo, el delegado territorial de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía en Córdoba, Francisco Acosta Rosa y ha excusado su presencia el vicepresidente tercero delegado de Desarrollo Económico, Promoción y Empleo de la Diputación de Córdoba, Félix Romero Carrillo. La feria está financiada por Caja Rural Jaén, la Junta de Andalucía a través de Fondos FEADER de la Unión Europea y la Diputación Provincial de Córdoba.

Inauguración

La inauguración se llevará a cabo en el salón de actos del recinto ferial por la mañana e intervendrán un representante de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero, Juan Núñez Pérez, presidente de Caja Rural Jaén, Lourdes Arce, vicerrectora de Innovación y Transferencia de la Universidad de Córdoba, Jaime Lillo, director ejecutivo del Consejo Oleícola Internacional, Ana López Hermosilla, subdelegada del Gobierno de España en Córdoba, Félix Romero Carrillo, vicepresidente de la Diputación de Córdoba y presidente de IPRODECO, Francisco Acosta Rosa, delegado territorial de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía en la provincia de Córdoba y María Dolores Amo, alcaldesa de Montoro.

Actividades

La XXII Feria del Olivo de Montoro cuenta con un presupuesto que ronda los 200.00 euros. Alrededor de medio centenar de empresas se darán cita desde el próximo martes en el complejo oleícola de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero de Montoro (Córdoba). La feria acogerá la celebración de sus jornadas técnicas, la entrega del Premio Valove, el XXII Concurso Nacional AEMO a la Cultura del Olivo, la entrega de Premios Monocultivaroliveoil Top 2024 y los Premios Feria del Olivo. Además, los visitantes a la feria podrán visitar el Salón del Aceite de Oliva Virgen Extra en el que podrán degustar los 100 mejores aceites de oliva virgen del mundo.

Fuente: [Oleorevista](#)

Presentada la cuarta edición de la iniciativa oleoturística Tardeo entre olivos de Aires de Jaén

La marca de AOVE Aires de Jaén ha presentado hoy la cuarta edición de la iniciativa oleoturística Tardeo entre olivos, que tendrá lugar el próximo 28 de septiembre en la finca Badenes, ubicada en



el término municipal de Jabalquinto, en una jornada que conjuga lo lúdico, el turismo, la gastronomía y la cultura del olivar y de los aceites de oliva. Así lo ha dicho hoy el responsable del grupo oleícola, Matías López, en un acto en el que también han estado presentes el alcalde de Jabalquinto, Pedro López, y el delegado de Turismo, José Ayala.

La jornada, con la que se pretende dar el pistoletazo festivo a la recolección temprana para la obtención de los primeros zumos de aceituna fresca, tendrá como artistas destacados a Merche y a Henry Méndez, por lo que pretenden que acudan entre 1.000 y 1.500 personas, quienes podrán disfrutar, además de la música, de una cata multitudinaria y el maridaje gastronómico en una iniciativa que persigue que se consolide como un producto turístico que atraiga visitantes a la provincia de Jaén durante el fin de semana.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

Un Hispack más grande busca acelerar las soluciones de packaging responsable

Hispack pone el foco en la sostenibilidad de los envases y embalajes para contribuir a un futuro mejor. Del 7 al 10 de mayo, la mayor feria de packaging de España reunirá en el recinto de Gran Via de Fira de Barcelona a más de 800 expositores de 28 países y 1.250 marcas representadas con las últimas innovaciones en materiales, envases, recipientes, etiquetas y envoltorios; así como tecnología y maquinaria de packaging, proceso y logística adecuadas al nuevo marco regulatorio de la economía circular.

Organizado por Fira de Barcelona en colaboración con Graphispack Asociación, Hispack crece este año un 18% en número de empresas y un 12% en superficie comercial contratada, reflejando el buen momento del packaging, una industria que factura en España más de 40.400 millones de euros anuales, según el informe realizado con motivo de la feria.

Así, con la presencia de fabricantes y distribuidores líderes, Hispack llenará más de 36.000 metros cuadrados netos en los pabellones 2 y 3 del recinto ferial con tecnología, materiales y soluciones de packaging, con la sostenibilidad como objetivo. También se mostrará el ciclo de vida de los envases y su vinculación con otros procesos productivos y con la cadena de suministro. Este año crece, además, la oferta internacional, con casi la tercera parte del total de expositores de fuera de España. Turquía es el país extranjero que más empresas aporta, seguido de Italia, China, Alemania, Francia Países Bajos, Portugal y Reino Unido.



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



El 60% de la oferta comercial de Hispack corresponde a equipos y maquinaria de packaging, embotellado, etiquetado, codificación, trazabilidad, proceso, automatización, robótica y logística. Mientras, el 40% de expositores restante presenta materiales, PLV y elementos de envase y embalaje específicos para diferentes sectores industriales y de consumo, así como para la distribución, el ecommerce y el retail.

El presidente del comité organizador de Hispack 2024, Jordi Bernabeu, ha subrayado el aumento del interés que ha despertado este año la feria como escaparate de tendencias y soluciones ante la necesidad de adecuar los envases y embalajes al nuevo marco legislativo. “Los fabricantes y marcas principalmente de alimentación, cosmética y farmacia, entre otros sectores, demandan, cada vez más, soluciones de packaging sostenible como respuesta a una mayor concienciación y compromiso medioambiental y también para cumplir el objetivo que fija la normativa para que en 2030 todos los envases sean reciclables o reutilizables”, ha remarcado

Tendencias en la feria

Los envases sostenibles buscan minimizar el impacto ambiental mediante el ecodiseño enfocado a la reducción de los materiales, al reciclaje y a la reutilización, así como a través del análisis del ciclo de vida del packaging desde su producción hasta su eliminación. También, con un mayor uso de materiales reciclados o biodegradables, con el despliegue de envases inteligentes que mejoran la eficiencia de la cadena de suministro, la trazabilidad y la experiencia del consumidor, y con una renovación de los procesos de producción para reducir la huella de carbono. En este sentido, la automatización, la robótica y la Inteligencia Artificial se alían para impulsar la transformación digital y la sostenibilidad del packaging.

Todo ello se constatará tanto en la oferta comercial de Hispack como en las más de 80 actividades de conocimiento y networking que incluye la feria y en las que participarán más de 150 ponentes. Sobresale el espacio “Hispack Unboxing” con un programa de conferencias, mesas redondas y presentaciones, en las que participarán representantes de empresas de alimentación y bebidas, cosmética, farmacia, textil o construcción para explicar sus experiencias en relación con el packaging sostenible, además de entidades, centros tecnológicos, clústeres y suministradores de tecnología y materiales. Entre los ponentes, destacan los responsables de packaging y/o de sostenibilidad de marcas como Almirall, Calidad Pascual, García Carrión, El Corte Inglés, Nauterra o Shiseido.

El director de Hispack, Xavier Pascual, ha remarcado el valor del conocimiento que se comparte en la feria “reunimos a proveedores y clientes para explicar logros y experiencias que ayuden a otras empresas a mejorar la sostenibilidad de sus envases y embalajes”.



**Coragro**
Correduría de Seguros S.L.

*Especialistas en
Seguros Agroalimentarios*

www.coragro.es



Nuevas iniciativas

Hispack estrena el “Engineers Day”, una iniciativa de la mano de Enginyers Industrials de Catalunya (EIC) dirigida a profesionales con perfil técnico y de ingeniería que intervienen en los procesos de producción, I+D, operaciones y cadena de suministro con ponencias sobre automatización y robótica aplicada a la intralogística y otras actividades de networking.

También son nuevas la decena de rutas temáticas por la feria, abiertas a los visitantes, para descubrir materiales y envases creativos e innovadores, cómo hacer el envase circular, o lo último en intralogística, la sostenibilidad de las tecnologías de packaging o de los envases plásticos, la industria 4.0 en el sector del envase y embalaje y el smart packaging.

Paralelamente, bajo la denominación “Best in class”, Hispack explicará y reconocerá tres casos de éxito internacionales con la sostenibilidad del packaging como protagonista. Se trata de la ciudad danesa de Aarhus que ha creado un sistema circular municipal de recogida, lavado y reutilización de envases de bebidas y comida para llevar. De la firma japonesa Kao Corporation, con un innovador sistema para reciclar envases plásticos de recarga con los que fabricar de nuevo envases del mismo tipo. Y del proyecto de AMITA Corporation que utiliza tecnología blockchain para la trazabilidad del reciclaje de los tapones de botellas de plástico.

Relacionado con esta sesión, Hispack presentará a Japón como un mercado a explorar fruto de la colaboración con el Japan Packaging Institute. Se podrán conocer tendencias y experiencias llevadas a cabo en el país nipón, así como establecer contactos comerciales o de colaboración con la delegación de este país que visitará la feria.

Completan el programa, otros eventos invitados organizados por entidades como la Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos (AERCE), el Centro Español de Plásticos (CEP) y amec, el Beauty Cluster y el Packaging Cluster, el Centro Español de la Logística (CEL), y Graphispack Asociación.

Oportunidades para exportar

Por otro lado, Hispack contribuirá a proyectar internacionalmente la tecnología y soluciones de packaging españolas para favorecer las exportaciones. El salón ha invitado a través de su programa “Hosted buyers” a un centenar de profesionales con proyectos concretos y capacidad de importación, mayoritariamente de Túnez, Marruecos, Polonia y México, mercados objetivo para el packaging español por su potencial de crecimiento. Se calcula agendar más de 800 reuniones en cuatro días con estos compradores y se realizarán presentaciones de los países clave.



Asimismo, todos los visitantes internacionales encontrarán en el International Business Centre (IBC) de Hispack asesoramiento y actividades a medida. Podrán descubrir, a través de ponencias, los casos de éxito de una decena de suministradores de tecnología de packaging españoles. Hay previsto, además, la celebración de un Brokerage Event, entrevistas empresariales rápidas para encontrar proveedores o colaboradores.

Finalmente, Hispack será el escenario de la entrega de los Premios Liderpack 2023, los más importantes galardones de Packaging y Publicidad en el Lugar de Venta (PLV) en España. Los 45 trabajos premiados se exhibirán en el salón. También se celebrará la Fiesta del Packaging y habrá un acto de reconocimiento a una treintena de empresas, entidades y/o personas que hayan destacado por su trayectoria en el sector del packaging.

Hispack 2024 prevé superar los 27.000 visitantes, el 10% internacional.

Fuente: [Mercacei](#)

¿Tiene que valer un AOVE más barato que un gin tonic?

La inflación ha vuelto a subir en abril y lo hace sobre todo por la presión de los precios alimentarios. Si le pregunta a cualquier persona en la calle cuál es una de sus mayores preocupaciones, una de las principales tiene que ver con la carestía de la cesta de la compra. La fuerte subida en origen y en PVP en los lineales del aceite de oliva en los últimos meses ha hecho alcanzar niveles nunca vistos de precios en la historia.

Sobre todo si los comparamos con los precios históricos a los que nos ha tenido acostumbrados en los últimos diez años, que en venta al público estaría en el entorno de los 4/ 4,50 euros de media para el virgen extra por litro. Ni la mitad de sus precios actuales. Con campañas altas incluso que han situado los precios por debajo de los 3 euros/ litros en un producto agroalimentario de la calidad del aceite de oliva virgen y virgen extra.

Esta fotografía fija de precios bajos que han acompañado al aceite de oliva en los últimos años, con contadas excepciones en alguna campaña, ha creado una sensación aumentada de un precio muy alto de los aceites actualmente en el mercado.

Sin embargo, si lo comparamos con el alza de precios de otros productos -sean de alimentación o de bebidas- en el mercado, esta percepción no es tan sencilla. La costumbre y rutina de los precios



bajos del aceite de oliva virgen extra -de la que el sector no es ajeno a la culpa- ha creado un estereotipo entre los consumidores que será muy difícil de cambiar. A la vez que se vendía como muy saludable y de calidad excepcional frente a otras grasas, su precio no era acorde con esta imagen.

Por ejemplo, en el mercado de vinos, con un stock muy problemático sobre todo en el de tintos medios y baratos que ha obligado a muchas bodegas a ir a destilación, la compra de un vino de los considerados de calidad suele comenzar en la frontera de los 8/10 euros. Desde ahí, hasta precios por encima de los 20 y 30 euros. Y como reconocen en el Observatorio Español del Vino, “los que están teniendo problemas son los vinos de precio medio ya que los de gama alta, especialmente los de Rioja y Ribera del Duero, se venden bien”.

En la actualidad -comienzos de mayo de 2024- el precio de un litro de aceite de oliva virgen extra de primera marca en el líneal estaría en los 10/11 euros de media. Y en el caso de un premium o cosecha temprana, la media estaría para las botellas de medio litro en los 12 euros, con algunas incluso algo más baratas.

Otro ejemplo que pone en valor el precio actual de los aceites de oliva virgen y virgen extra es el de las bebidas en hostelería. En cualquier bar o restaurante español, el precio de tomar una botella de vino en la comida sueña ser hasta tres veces superior a su precio en tiempo. Con precios medios de entre 20 y 30 euros para una botella de vino de cierta calidad. Y recuerden que se trata de botellas de 0,75 no de litro. Un producto que entre varios comensales durará apenas unos minutos en la mesa. Lo que dura una comida.

Y si hablamos de las copas, vemos que sus precios en cualquier local -no hace falta ir a uno de lujo ni exclusivo- oscilan entre los 7 y los 9 euros de media. Una consumición que dura también escasos minutos, lo que tarde en derretirse el hielo.

Habría que ver lo que dura en una casa media española -una pareja, o pareja con un hijo, o una persona mayor sola- una botella de aceite virgen o virgen extra, la mayoría de las ocasiones utilizada ya en desayunos, aliños, planchas o ensaladas. Seguramente mucho más de lo que tarda en derretirse un cubito de hielo. ¿Por qué tiene que valer un buen aceite de oliva virgen extra más barato que un gin tonic?

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

