

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

7 de noviembre de 2023



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Disponible la siguiente documentación referente al sector del aceite de oliva, aceite de orujo de oliva y aceituna de mesa.

Cinco de las seis mayores regiones productoras mejorarán su producción, aunque será 400.000 tn menor a la media 2019/23.

La Fiesta del Primer Aceite de Jaén pone el acento en la gastronomía.

La lección de la última campaña oleícola.

Lanzan una nueva campaña para impulsar el consumo de aceite de oliva en Australia.

Nueva DOP para el aceite de oliva de Turquía.



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

PUBLICIDAD

AgroBank

Disponible la siguiente documentación referente al sector del aceite de oliva, aceite de orujo de oliva y aceituna de mesa

Ya se encuentra disponible la siguiente documentación referente al sector del aceite de oliva, aceite de orujo de oliva y aceituna de mesa en la web del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Podrán encontrar los documentos en el siguiente enlace:

- Informe de Situación de Mercado del Sector del Aceite de Oliva y la Aceituna de Mesa_Septiembre 2023 (datos a 30 de septiembre de 2023):

https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/informemensualdelasituaciondemercadodelsectordeolivaaylaaceitunademesa_septiembre2023_tcm30-664712.pdf

- Balances de campaña 2023/24 (estimación) y 2022/23 (provisional)_actualización: 31 octubre de 2023:

<https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/aceite-oliva-y-aceituna-mesa/balances.aspx>

Fuente: MAPA



Cinco de las seis mayores regiones productoras mejorarán su producción, aunque será 400.000 tn menor a la media 2019/23

Hay quien prefiere ver el vaso medio lleno y quien lo quiere ver medio lleno. Los aforos realizados justo antes del inicio de la nueva campaña de olivar 2023/2024 dejan abierto el debate en ambos sentidos. La campaña será corta, no hay duda. Y el enlace de campaña será mucho más corto que el de la pasada campaña, tampoco hay duda. Sin embargo, las previsiones -realizadas antes de las últimas lluvias de octubre y primeros de noviembre- ofrecían unas perspectivas de unas 100.000 toneladas más de aceites de oliva que en la anterior campaña hasta situar la producción en las 765.302 toneladas.

El análisis del aforo del Ministerio de Agricultura muestra como la Comunidad de Extremadura es la que más va a crecer en producción en relación a la campaña anterior al pasar de 36.666 toneladas a 73.000 tn en la actual. Aunque haya zonas de gran producción como la de Monterrubio de la Serena donde las perspectivas con bajas que contrastan con lo que va a ocurrir en la zona norte de Cáceres con la Manzanilla Cacereña.

La segunda región donde más va a crecer es Andalucía, donde se espera en torno a 25.500 toneladas más que la producción que el año pasado, una cifra casi imperceptible para el volumen que genera el olivar andaluz. En tercer lugar, Castilla La Mancha verá aumentar su producción en unas 19.345 toneladas, Comunidad Valenciana en unas 9.383 tn y Aragón en unas 4.177 tn. Mientras, Cataluña bajará unas 2.995 tn encadenando dos de sus peores cosechas de las últimas décadas.

Los que ven el vaso medio vacío tienen argumentos de peso. El aforo del Ministerio de Agricultura muestra que aunque cinco de las seis mayores regiones productoras de aceites de oliva de España aumentaran esta campaña su producción, el volumen estimado será de 401.000 toneladas menos que la media de los años 2012/2023. Esta cifra, unida a la menor disponibilidad de stocks del enlace de campaña, más a las perspectivas de disponibilidad en la Cuenca Mediterráneo, explican las tensiones en los precios en origen que pueden existir hasta que se vislumbre el potencial de la nueva campaña 2024/2025 ya en próximo mes de mayo.

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



En las dos últimas dos semanas hay dos variables que marcarán también el volumen final y el rimo de la recolección de la campaña. Por un lado, el trasvase final que haya que aceituna de verdeo a almazara en algunas grandes zonas productoras con variedades de doble aptitud; el retraso en la recolección provocado tanto por las lluvias como por la incertidumbre sobre los precios finales que cobrará el agricultor que acrecienta el “efecto espera” en muchos de ellos; y también, muy importante, el impacto que las lluvias tengan sobre el rendimiento industrial de la aceituna que puede aumentar ligeramente el aforo inicial previsto. Hay destacados intermediarios e industriales del sector que aún confían en que la producción final alcance las 800.000 toneladas.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

La Fiesta del Primer Aceite de Jaén pone el acento en la gastronomía

Este fin de semana, Linares ha acogido la décima Fiesta del Primer Aceite de Jaén, organizada por la Diputación de Jaén, en colaboración con la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento de Linares. En la inauguración, el presidente de la Administración provincial, Francisco Reyes, ha resaltado la consolidación de un evento “que se ha convertido en el mejor escaparate para el mejor aceite”, y que en esta ocasión pone el acento en la gastronomía del aceite. De hecho, una de las novedades de esta edición ha sido la degustación de tapas elaboradas con los primeros aceites con la que se ha abierto el programa de actividades.

“Hoy son muchos los consumidores que aprecian esta calidad y gustan tener en sus cocinas algún aceite temprano, porque un buen plato puede alcanzar la excelencia si uno de estos virgen extra tempranos le aporta su sabor y color. Por eso, el aceite de oliva virgen extra de Jaén no puede faltar en cualquier cocina, y esto lo saben bien los mejores chefs de nuestro país y del mundo”, ha destacado Francisco Reyes, que se ha referido a la labor de promoción “para convencer al público de que un buen aceite de oliva virgen extra no es algo reservado a círculos exclusivos”.

“A pesar de ser una campaña difícil y pese a las adversidades, nuestros agricultores y nuestras agricultoras, las cooperativas y almazaras, se afanan en estos días por seguir produciendo aceite de oliva de máxima calidad”.

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

Por su parte, el pregonero de la Fiesta del Primer Aceite de Jaén, Javier Gutiérrez, ha manifestado que “el aceite es vida y la vida hay que celebrarla, por eso creo que el realizar una fiesta con motivo de la elaboración de los primeros aceites de Jaén es algo grande y una idea magnífica”. “Pocos lugares hay en el mundo tan identificados con un paisaje tan unido a nuestros sentidos y a nuestro gusto”, ha incidido Gutiérrez.

Asimismo, el chef linarense Álvaro Salazar ha señalado su agradecimiento “al haber contado con su persona para ser embajador del AOVE en esta Fiesta del Primer Aceite de Jaén”. De igual forma, el cocinero ha ensalzado “la evolución que ha experimentado el aceite de oliva virgen extra a lo largo de los años tanto en calidad como en propiedades organolépticas, que ha hecho que el AOVE cobre más protagonismo en la alta cocina”.

Segunda jornada

La segunda jornada de la X Fiesta del Primer Aceite de Jaén ha girado en torno a la gastronomía y el papel cada vez más protagonista que el oro líquido juega en la alta cocina. Así, a lo largo de la mañana se han sucedido varias demostraciones culinarias sobre la tapa linarense que han estado a cargo de los chefs Álvaro Salazar y Juan Pablo Gámez, a las que ha asistido el diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, entre otras autoridades.

Además, las personas que se han desplazado a Linares para asistir a esta X Fiesta del Primer Aceite de Jaén han podido disfrutar de catas guiadas de aceite ofrecidas por las 3 denominaciones de origen de la provincia y la IGP Aceite de Jaén, así como degustar y adquirir el centenar de AOVES participantes en la Feria de Aceites, Cosmética y Artesanía que durante todo el fin de semana se ha desarrollado en el Paseo de Linarejos.

Esta décima edición de la Fiesta Anual del Primer Aceite de Jaén se trasladará el próximo fin de semana, del 10 al 12 de noviembre, hasta la ciudad de Vitoria. La Plaza de los Fueros de la capital alavesa acogerá la feria de los aceites y la celebración de distintas actividades ligadas al aceite de oliva virgen extra jiennense.

Fuente: [Olimerca](#)



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@navnet.es basado en  Microsoft Dynamics 365 Business Central www.nutrinav.es

La lección de la última campaña oleícola

Andrea Carrassi, director general de ASSITOL-Associazione Italiana dell'industria olearia.

La campaña del aceite de oliva 2022/2023 ya ha terminado, pero deja tras de sí un reguero de preocupaciones, que también nos acompañarán en la próxima campaña. El mayor temor está relacionado con la incierta situación económica, que obviamente también afecta al sector del aceite de oliva: el conflicto ruso-ucraniano ha provocado durante mucho tiempo un aumento de los costes energéticos y un incremento de muchas materias primas.

Baste decir que, durante la mayor parte de 2022, el papel y el vidrio tuvieron precios disparatados. Hoy la situación parece más estable, al menos en lo que respecta a la fuente de energía, pero está claro que el sector seguirá pagando durante mucho tiempo el aumento gradual de los costes de producción.

La tormenta perfecta, sin embargo, no se ha generado en el mundo del aceite de oliva sólo por razones económicas, sino que ha contado con un eficaz "cómplice": el cambio climático, personificado en la sequía que azotó el Mediterráneo el año pasado, y que aún continúa en España, país que por sí solo representa la mitad de la producción mundial de aceite de oliva, y que ha visto caer sus cantidades en un 50%. Esta cifra por sí sola da una idea de las tensiones en el mercado del aceite de oliva, que han llevado a cotizaciones récord, y que desgraciadamente afectarán a la próxima campaña. La crisis del agua, sobre todo en la Península Ibérica, también parece destinada a prolongarse durante mucho tiempo. Tanto es así que ya es seguro que asistiremos a una repetición de la misma situación, lo que dificultará aún más las perspectivas de nuestro sector. Es cierto que Italia, según las primeras estimaciones, debería tener una buena campaña, pero también sabemos que una sola cosecha con el signo "+" no basta para solucionar el déficit de producción registrado en los últimos años.

ASSITOL ha invitado repetidamente a operadores y políticos a confrontarse para definir una serie de medidas que permitan garantizar en el futuro el aceite de oliva virgen extra a nuestros consumidores. Lo hemos propuesto a la cadena de suministro, que comparte los mismos temores, y también lo hemos hecho con las instituciones, tanto italianas como europeas. El subsecretario de Agricultura, Patrizio La Pietra, ha abierto una mesa redonda con todos los representantes de la cadena de suministro: es una oportunidad única para abordar los problemas del aceite de oliva en



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](#)

Italia de forma unida. En resumen, se han dado algunos pasos, pero aún queda mucho por hacer.

Modernización con vistas al futuro

Somos conscientes de que es imposible rivalizar con las cantidades de España, pero podemos ganar en calidad de nuestros productos, en sabor y en variedad. Parece esencial aumentar la producción italiana para responder a la creciente pasión por el producto-aceite.

En cuanto a los efectos del cambio climático, por otra parte, debemos centrarnos en una estrategia común, basada en la modernización, la investigación científica y la capacidad de mirar hacia el futuro. Un enfoque que con demasiada frecuencia en el pasado ha sido visto con desconfianza. Por el contrario, es prioritario invertir en nuevas plantas con la ayuda de los fondos del PNRR, dando prioridad a los cultivos que puedan resistir condiciones climáticas extremas, y en la aportación de tecnología, a fin de luchar contra la dispersión del agua. Las plantas desalinizadoras de agua de mar también pueden ayudar con el riego de emergencia cuando la sequía se prolonga durante demasiadas semanas. La ciencia puede marcar realmente la diferencia, incluso ayudando a erradicar la Xylella,

que tanto daño ha hecho al patrimonio olivarero de Apulia, que produce por sí sola la mitad del aceite de Italia.

Tiene disponible este artículo de opinión para su lectura en el [Nº194 de Óleo](#).

Fuente: [Oleorevista](#)

Lanzan una nueva campaña para impulsar el consumo de aceite de oliva en Australia

La [Australian Olive Oil Association \(AOOA\)](#) ha lanzado "Get Drizzling", una nueva campaña de marketing de tres años de duración para animar a los australianos a utilizar el aceite de oliva en sus platos. Esta iniciativa destaca al aceite de oliva como un condimento vital en la cocina, añadiendo sabor, textura, aroma y estilo "cuando se rocía para terminar un plato".



El presidente de la AOOA, David Valmorbida, ha resaltado que “se trata de la primera vez que la industria del aceite de oliva desarrolla una campaña para los consumidores en Australia que promueve todos los tipos y orígenes del aceite de oliva. Lo que también es significativo es que la campaña es independiente de la marca, porque queremos que todas ellas aprovechen la oportunidad de ayudar a aumentar la demanda y el consumo de este producto”.

“La mayoría de los consumidores utilizan el aceite de oliva para aderezar ensaladas y mojar pan, pero hay muchas más posibilidades. Al rociar aceite de oliva sobre un plato, desde aguacate triturado hasta un bistec magníficamente cocinado e incluso un helado, supone añadir otra capa de sabor a los platos en casa y convertir la comida en algo más impresionante. El aceite de oliva tiene beneficios para la salud y es delicioso”, ha afirmado Valmorbida.

La asociación ha trabajado con tres de los principales creadores de tendencias de Australia para ayudar a transmitir el mensaje “Get Drizzling”: el chef profesional Khanh Ong; la madre amante de la comida Leah Itsines; y la creadora de recetas Lucy Rosenberg. Cada uno ha creado varias recetas para la campaña y todos los platos se rematan con un generoso “chorro” de aceite de oliva.

Estos influencers también aparecen en una serie de anuncios “Get Drizzling” en Instagram, Meta y Tik Tok.

“La asociación se enorgullece de liderar esta campaña e impulsar un nuevo enfoque en la comercialización del aceite de oliva”, ha remarcado Valmorbida, quien ha considerado que “Get Drizzling es divertida, energética y contemporánea y celebra la alegría que aporta la buena comida”. A su juicio, esta iniciativa “no podría haber llegado en un momento más importante, ya que el suministro y los precios del aceite de oliva están bajo una enorme presión en todo el mundo. A través de esta campaña queremos recordar a los cocineros y a los amantes de la comida que un chorrito de aceite de oliva es una forma brillante de añadir sabor a cada plato”.

“Get Drizzling” cuenta con el apoyo de la AOOA y los principales socios financieros Squeaky Gate, La Española y Moro.

Fuente: [Mercacei](#)



Nueva DOP para el aceite de oliva de Turquía

La Unión Europea cuenta con una nueva Denominación de Origen Protegida para su aceite de oliva virgen extra, se trata del AOVE con DOP Aydın Memecik Zeytinyağı, producido en Turquía.

Éste se elabora exclusivamente a partir de aceitunas Memecik cultivadas y molidas en la provincia de Aydın, en el suroeste del Egeo. Los olivos Memecik representan aproximadamente el 75% de las aceitunas cultivadas en Aydın, según publica Olive Oil Times, que destaca también que las autoridades turcas describen Aydın Memecik Zeytinyağı como de color verde a amarillo dorado con un olor intensamente afrutado y un pronunciado amargor y picante.

Asimismo, cuenta con varios factores que contribuyen a que sus propiedades sean únicas, incluida su ubicación, vínculos históricos con la región y contenido fenólico.

Además, las autoridades argumentan que los 2.000 años de historia de cultivo de olivos y producción de aceite de oliva de la región, junto con iniciativas centenarias para promover ambas actividades, han hecho del aceite de oliva un componente central de la cultura local.

Fuente: [Olimerca](#)



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