

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

16 de mayo de 2024



HOY ES NOTICIA:

Nuevas

JORNADAS



Expertos alertan de una subida de precios en el aceite de oliva.

La falta de aceite de oliva anticipa una tendencia alcista de los precios.

El aguante del consumo de aceites de oliva afloja tras meses de altos precios.

Jornada “Experiencias de Oleoturismo: Turismo de Olivar y Aceite” en Alcañiz el 23 de Mayo.

El Instituto de la Grasa de Sevilla, epicentro de la presentación del Congreso Mundial del Aceite de Oliva en España.

Italia une la promoción del aceite de oliva con el pan y el tomate.



Expertos alertan de una subida de precios en el aceite de oliva

A pesar de que durante los últimos meses ha llovido bastante, los precios del aceite de oliva continúan siendo bastante caros en nuestro país. De hecho, los precios en origen son un 110% superiores a los que tenían hace tan solo dos años. Esas lluvias podrían propiciar que de cara a la nueva campaña los precios bajaran, pero es posible de que antes de que eso ocurra vuelvan a darse nuevas subidas.

Así lo ha comentado Juan Luis Ávila, responsable de la sectorial del Aceite de Oliva de Coag, que ha dicho recientemente que están ante «una situación inédita en lo que va de siglo». Y es que ahora mismo hay un «stock cero», lo que abre la puerta a nuevas subidas de precio en el aceite de oliva hasta la llegada de la nueva cosecha, que estará disponible entre octubre y noviembre.

Esta situación propicia que este año pueda ser el de menores existencias de aceite de oliva. Y la previsión para la próxima campaña, la de 2024-25, es la de obtener una cosecha media. Esto da como resultado una situación atípica en el mercado del aceite y lo más seguro es que hasta el próximo mes de septiembre no se relajen los precios.

Preocupación ante el incremento de precios

Desde el Ministerio de Agricultura observan con preocupación esta situación con subidas constantes de precios durante las dos últimas campañas. Y, precisamente por ello, el ministro Planas ha lanzado un llamamiento para «actuar con responsabilidad» en la formación de los precios del aceite de oliva.

«Estoy convencido de que vamos a hacer todos un gran trabajo, empezando por nuestros olivereros, continuando por la industria y la distribución y siguiendo por las autoridades públicas haciendo el seguimiento correspondiente», comentó Planas hace una semana en Jaén.

Esta situación también preocupa al Consejo Oleícola Internacional (COI), aunque han querido destacar que durante los últimos meses ha aumentado el consumo de aceite de oliva en países como Estados Unidos, Australia y Japón, lugares no tradicionales para el aceite de oliva.

Fuente: [IDEAL](#)



La falta de aceite de oliva anticipa una tendencia alcista de los precios

Los precios en origen del aceite de oliva son un 110% superiores a los que tenían hace dos años. A pesar de las lluvias de los últimos meses y la previsión de recuperación de la producción, lo cierto es que la falta de existencias para acabar la actual campaña ya está anticipando que la tendencia alcista en los próximos meses. “Nos enfrentamos a una situación inédita en lo que va de siglo, como es un ‘stock’ cero. Esta situación abre un escenario de posibles subidas del precio del aceite de oliva hasta la llegada de la nueva cosecha de aceite en el mes de octubre o noviembre”, ha señalado el responsable de la sectorial del Aceite de Oliva de Coag, Juan Luis Ávila.

Los últimos datos de la Agencia de Información y Control Alimentario (AICA) han revelado que el mes de abril se cerró con unas salidas de 96.000 toneladas de aceite de oliva, incluyendo importaciones. A su juicio, al ritmo actual de salidas, nos enfrentamos al año con las existencias más bajas de oro líquido en el enlace de campaña. Lejos quedan ya los pronósticos del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, augurando una caída de las cotizaciones con la llegada de las lluvias, que han estado por encima de la media en las zonas más productoras. La realidad es que desde el inicio de esta campaña el descenso de los precios apenas ha sido del 7,2% como media.

Así las cosas, y con la previsión de una cosecha media para la próxima campaña 2024-205, habrá que seguir esperando para volver a una senda de mayor estabilidad. “Al menos hasta septiembre no relajarán los precios”, ha admitido, Ignacio Silva, consejero delegado de Deoleo, la mayor compañía de aceite de oliva con marcas como Carbonell o Bertolli.

Desde el Ministerio de Agricultura se ve con preocupación este “tobogán de producción y de precios” de las dos últimas campañas por su incidencia en el consumo y también como elemento inflacionista de la cesta de la compra. Por eso, el ministro Planas ha hecho un llamamiento a todos los eslabones de la cadena alimentaria para “actuar con responsabilidad” en la formación de los precios del aceite. “Estoy convencido de que vamos a hacer todos un gran trabajo, empezando por nuestros olivereros, continuando por la industria y la distribución y siguiendo por las autoridades públicas haciendo el seguimiento correspondiente”, indicó Planas en una visita a Jaén la semana pasada.



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



A pesar de que las dos últimas campañas han sido excepcionales por la baja producción derivada de un escenario de sequía (de 666.000 toneladas en la 2022-23 y de 853.000 en la actual) el aceite de oliva está mostrando su resistencia y también la fidelidad de los consumidores. “La cifra de comercialización del último mes demuestra la fortaleza del aceite de oliva y la fidelidad de los consumidores”, ha indicado Cristóbal Cano, responsable del Aceite de Oliva de la UPA. Y es que, aunque la escalada de precios ha afectado al consumo, finalmente lo ha hecho de una forma más ligera de lo se temía en un principio.

Desde Asaja, donde al inicio de campaña temían por el desabastecimiento del mercado por la exigua cosecha, son ahora menos pesimistas. El gerente y portavoz de Asaja en Jaén, Luis Carlos Valero, pronostica que si se mantiene el ritmo de salidas en los próximos meses, “el enlace para la próxima campaña estará entre las 170.000 y las 200.000 toneladas”, y considera que el ritmo actual de comercialización de aceite de oliva “se está adecuando al mercado”.

La situación de volatilidad de los precios del aceite también preocupa al Consejo Oleícola Internacional (COI), aunque su director ejecutivo, el español Jaime Lillo, ha querido destacar el aumento del consumo que se está produciendo en países no tradicionales como Estados Unidos, Japón o Australia.

En una conferencia pronunciada en Jaén, Lillo reclamó una reflexión sobre si es caro o no el precio actual del aceite de oliva virgen extra (aove), el de mayor calidad, teniendo en cuenta sus propiedades saludables. “Con un consumo medio de 10 kilos de aceite por habitante y año no es elevado el precio que se paga por el aceite”, indicó. El precio del aove llegó a superar los 11 euros por kilo al inicio de campaña. Con todo, Lillo ha recalcado que el principal desafío que afronta el sector oleícola es hacer frente a la sequía y al cambio climático. “Estamos fallando en dar respuesta al desafío del cambio climático”, dijo.

Fuente: [El País](#)



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@grupoolaicolaen.com

El aguante del consumo de aceites de oliva afloja tras meses de altos precios

El barómetro de consumo de la empresa Circana para el mes de marzo muestra como la tendencia al aguante que había mostrado el aceite de oliva en los últimos meses frente a la gran subida de precios en los lineales comienza a resquebrajarse. Y es que la caída del consumo de aceites de oliva

en el mercado español alcanzó un 31% frente a las mismas cifras del año anterior, cuando en el último año la caída de la demanda era del 15% y del 44% en los dos últimos años. Los datos de marzo muestran como la marcha de consumo de aceites de oliva a otros aceites como el de orujo de oliva y el de girasol se afianza.

Hay que tener en cuenta que la baja de precios en origen de las últimas semanas no se ha trasladado aún al mercado minorista ni a los lineales y que la gran mayoría de los aceites que están en el lineal ahora se pagaron en origen a precios superiores a los que cotizan ahora en el mercado.

Aun así, los datos del barómetro de Circana vuelven a demostrar que la caída de las ventas ha sido sensiblemente inferior a la subida de los precios, Según sus actos, el aceite de oliva habría subido un 66% su precio un 23% frente al de marzo del 2024. En los dos últimos años, la subida habría sido cercana al 100% de su cotización. La horquilla de precios más habitual en el lineal sigue estando entre los 9 y los 10 euros de media para los aceites de oliva refinados y los aceites virgen extra respectivamente, si no contamos las promociones de dos en uno o dos por tres.

Está por ver ya próxima la entrada del verano, con el escaso stock de Italia también muy presente, cómo evolucionan las salidas y si logran mantener su solidez de los últimos meses. Algunas grandes cadenas regionales ya han comenzado a ofertar sus garrafas de virgen extra en el entorno de los 45 euros en promoción cuando solo un antes era casi imposible encontrarlas por debajo de los 50 euros la garrafa.

Habrà que ver el tacticismo del mercado y las estrategias de cada grupo envasador -cooperativo o privado- y sobre todo de los grandes grupos para los que trabajan a la hora de comenzar a mover los precios en línea descendente. Algo que por hora los grandes grupos de distribución que dominan el



ránking nacional no parece, por el momento, dispuesto a hacer y mermar así sus márgenes de compra. Incluso con el peligro, por ganar cuota y atraer clientes, de incurrir en ventas a pérdida.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

Jornada “Experiencias de Oleoturismo: Turismo de Olivar y Aceite” en Alcañiz el 23 de Mayo

El oleoturismo como modo de difundir el conocimiento y la cultura sobre el Olivo y el Aceite de Oliva ya se oferta en multitud de comarcas olivereras de Italia, España y Grecia a través de una variada oferta relacionada con el olivar y el aceite: museos, almazaras, olivares, restaurantes especializados, alojamientos rurales, fiestas, talleres y catas de aceite..., siendo en muchas ocasiones una fuente representativa de ingresos para almazaras y empresas de servicios turísticos además de un complemento para las actividades turísticas de los visitantes de las zonas donde se elabora el Aceite de Oliva.

Nuestras comarcas poseen multitud de recursos turísticos y una cultura del olivar y el aceite riquísima y aún cuando ya algunas almazaras y empresas de servicios turísticos ofrecen servicios de oleoturismo, consideramos que existe todavía un elevado potencial de crecimiento.

Con esta jornada se pretende acercar a almazaras, cooperativas, empresas turísticas y empresarios hosteleros diversos casos de éxito que han aprovechado distintos recursos oleícolas para ofrecer al visitante unas experiencias plenamente satisfactorias que enseñan a sacar partido de las almazaras y su entorno para generar empleo y diversificar las fuentes de obtención de ingresos de empresas y territorios.

Fil Bucchino, Gionni Pruneti y Andrea Pagliai nos hablarán de su experiencia en la Toscana. Fil, un italo-canadiense, plasmó su renacido amor por el aceite en un documental “Obsessed with Olive Oil” y dedica gran parte de su tiempo a transmitir su pasión por el aceite de oliva en Estados Unidos y Canadá. Su proyecto de recuperación de olivar abandonado, “Abandoned Grove”, en la Toscana cuenta con la inestimable colaboración de Andre Pagliai y de Gionni Pruneti, propietario del Frantoio Pruneti que nos contará las experiencias oleoturísticas que están llevando a cabo en la



 **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](#)



Toscana tanto en la almazara y el olivar como desde la Piazza del Limbo en Florencia, muy cerca del Ponte Vecchio.

Los fundadores de Apadrina un Olivo nos contaran como Oliete se está convirtiendo en un destino oleoturístico gracias a su proyecto de recuperación de olivares abandonados y como organizan las visitas de los padrinos y madrinas para ofrecerles una experiencia satisfactoria en la que aúnan las visitas a la almazara y los olivares con la gastronomía local, la historia y el paisaje.

En el caso de Francisco Urzaiz, de Aceite Artajo en Navarra, los olivares centenarios dejan paso a modernas plantaciones de diferentes variedades, en cultivo ecológico, con las que producen esplendidos monovarietales que han sido galardonados en numerosos concursos del todo el mundo. Para finalizar tendremos con nosotros a José Antonio Jiménez, Gerente de Oleícola San Francisco, un auténtico pionero en el mundo del oleoturismo. Su almazara de tradición familiar se convirtió en la primera Almazara Turística de la provincia de Jaén con registro en la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía y es un referente a nivel mundial en oleoturismo y ha recibido más de 30.000 visitantes de más de 50 países.

Más información sobre Jornada y asistencia en spanishmastermiller@gmail.com y tel. 679465423

Fuente: [Revista Almaceite](#)

El Instituto de la Grasa de Sevilla, epicentro de la presentación del Congreso Mundial del Aceite de Oliva en España

El Instituto de la Grasa de Sevilla ha sido el lugar elegido para la presentación en España del Olive Oil World Congress, Congreso Mundial del Aceite de Oliva.



El evento contó para su bienvenida con la participación de Enrique Martínez, director del Instituto de la Grasa de Sevilla; Juan Antonio Polo, jefe del Departamento de Tecnología del Aceite de Oliva y Medio Ambiente del COI; y María Isabel Solís Benjumea, delegada de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural en Sevilla.

Martínez, como anfitrión, dio las gracias por elegir el Instituto de la Grasa para esta presentación y destacó la importancia de la participación del Instituto en el comité organizador y científico del evento.

“Estamos encantados de ser anfitriones de este congreso tan relevante. La decisión de celebrarlo en nuestra sede nacional en Madrid fue acertada, considerando el respaldo científico que ofrece”, afirmó Martínez. “Deseamos que esta edición sea la primera de muchas”.

Tras él, Polo subrayó que “aunque el aceite de oliva representa solo el 2% de las grasas consumidas a nivel mundial, es un elemento fundamental para la nutrición y la salud”. “Eventos como el Olive Oil World Congress pueden ayudarnos a superar la situación actual de incertidumbre y a afrontar los nuevos retos que tiene el sector del olivar y del aceite de oliva”.

Asimismo, Solís ha reivindicado la gravedad de la pérdida de suelos en el cultivo del olivar, señalando que ciertas prácticas contribuyen a este problema. Además, ha expresado su gratitud por la elección de España como sede para este congreso, resaltando especialmente la decisión de presentarlo en Andalucía. Ha subrayado también el compromiso de la Junta con el sector, asegurando que “las puertas de la Consejería están abiertas para colaborar en su desarrollo y enfrentar los desafíos que se presenten”.

A continuación, Ricardo Migueláñez, coordinador general del OOWC, ha sido el encargado de presentar las principales cifras de este evento internacional que reunirá a expertos y profesionales de todo el mundo para discutir los últimos avances y desafíos para el cultivo, la transformación y comercialización de este producto.

Para esta primera edición, el programa del OOWC se ha dividido en siete bloques temáticos que abarcan todos y cada uno de los temas que preocupan y ocupan al sector a nivel internacional.

Entre los ponentes confirmados, destacan Manuel Parras, profesor de la Universidad de Jaén y presidente de la Identificación Geográfica Protegida (IGP) Aceites de Jaén; Plácido Pascual,



miembro del Panel de Cata del Laboratorio Agroalimentario de Córdoba; Georgios Koubouris, investigador del Instituto del Olivar de Grecia; Antonio Escribano, Catedrático de Nutrición Deportiva de la Universidad Católica de Murcia (UCAM); y Di Yang, experto en aceite vegetal en la División de Mercados y Comercio de FAO. Estos, permitirán a los asistentes conocer de primera mano las herramientas para abordar los desafíos y retos que tiene el sector de olivar y del aceite de oliva para el futuro.

Descubre más sobre el programa del OOWC visitando [este enlace](#).

Fuente: [El pespunte](#)

Italia une la promoción del aceite de oliva con el pan y el tomate

El aceite de oliva virgen extra, el pan fresco y artesanal y las conservas de tomate centran la cultura enogastronómica italiana. Es por ello que ASSITOL, Asociación Italiana de la industria del aceite de oliva, y ANICAV, Asociación Nacional de Conservadores de Alimentos Vegetales se han unido para la promoción conjunta de estos alimentos.

Recientemente, han celebrado en Parma el evento "Pan, aceite y tomate: el snack POP más querido por los italianos", en el que las dos asociaciones, ambas miembros de Federalimentare y Confindustria, han reiterado firmemente la necesidad de valorizar y proteger los sectores industriales implicados en estas producciones que, a pesar de la compleja situación económica, crean bienestar y empleo, dando fuerza a nuestras exportaciones.

Dora Desantis, vicepresidenta del grupo oleícola ASSITOL, recordó que la última campaña oleícola fue una de las más difíciles jamás registradas en las últimas décadas. "Los efectos del clima extremo han provocado una disminución de las cantidades. El aumento de los precios, la larga ola de inflación y el clima de incertidumbre ligado a las tensiones internacionales han afectado al consumo. En Italia evitamos lo peor, pero las ventas cayeron un 10% en el gran comercio minorista".



“Por suerte, - resaltan desde la asociación - a los italianos todavía les gusta mucho el aceite de oliva. El consumo asciende a unas 500.000 toneladas y las exportaciones a más de 300.000. En 2023, la industria del aceite de oliva facturó alrededor de 4.000 millones de dólares y empleó a unas 15.000 personas, entre empleados directos e inducidos. Pero ¿cuánto tiempo podrá resistir el impacto de campañas desfavorables?”.

“Nuestro encuentro dedicado al pan, al aceite y al tomate sirve precisamente para interrogarnos sobre los próximos años. Estos tres productos son considerados, con razón, los embajadores del Made in Italy que, vale recordar, es mucho más que una referencia geográfica: es la capacidad de trabajar”, concluye.

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