

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

24 de octubre de 2023



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Preocupación ante el nuevo reglamento de Envases y Residuos de Envases.

Las exportaciones españolas de mercancías entre enero y agosto crecieron un 1,8%.

Andalucía publica una nueva versión del Cuaderno de Explotación.

Un centenar de empresas se promocionarán en Linares durante la X Fiesta del Primer Aceite de Jaén, que tendrá como singularidad las tapas elaboradas con AOVE, y 34 estarán en Vitoria.

La asociación italiana Unifol advierte de la competencia "desleal" de las mezclas de aceites vegetales y aromatizados.

Andalucía TRADE prestará a partir de ahora los servicios de propiedad industrial a los emprendedores y empresarios andaluces.

An advertisement for AgroBank. It features a woman in a dark sweater and green pants kneeling in a greenhouse, holding a wooden crate filled with green plants. The background is a large greenhouse structure. Text on the left reads: 'Contigo desde el origen'. Below that: '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.' At the bottom left: 'Descubre AgroBank en CaixaBank.es' and 'paralimpicos'. At the bottom right: the AgroBank logo and the text 'AgroBank'. In the top right corner, it says 'PUBLICIDAD' and '10/10/2023 10:58:01'.

Preocupación ante el nuevo reglamento de Envases y Residuos de Envases

Está previsto que mañana martes, 24 de octubre, se apruebe en la Comisión ENVI del Parlamento Europeo las enmiendas a la propuesta de Reglamento de Envases y Residuos de Envase, y ante esta decisión, asociaciones de la cadena agroalimentaria y la hostelería muestran su preocupación.

Las organizaciones agrarias Asaja, COAG y UPA, así como las asociaciones empresariales AECOC, ACES, ANGED, ASEDAS, Cooperativas Agro-alimentarias de España, FIAB, Hostelería de España, Promarca y Marcas de Restauración, consideran que se trata de un “cambio radical que plantea en los modelos de gestión de los residuos de envases sin una justificación que demuestre que es la opción más beneficiosa desde el punto de vista medioambiental, social, técnico y económico”.

Desde su punto de vista, “el objetivo del Reglamento debería ser conseguir la circularidad, teniendo en cuenta siempre la opción más adecuada de envases para cada caso, en lugar de establecer restricciones u obligaciones inasumibles”.

Asimismo, destacan que “este Reglamento también debería garantizar la armonización, la integridad y el correcto funcionamiento del mercado único, evitando inseguridad jurídica para las empresas, y permitiendo plazos y periodos de transición razonables, que permitan a las empresas tiempo suficiente para adaptarse a los nuevos requisitos, así como evitando distorsiones de mercado derivadas de la falta de neutralidad en cuanto a materiales de envasado o tecnologías”.

“El objetivo del Reglamento debería ser conseguir la circularidad, teniendo en cuenta siempre la opción más adecuada de envases para cada caso, en lugar de establecer restricciones u obligaciones inasumibles”.

La cadena comparte la ambición de la Comisión de seguir avanzando hacia la sostenibilidad de los envases y, de hecho, desde hace décadas agricultores y empresas realizan grandes esfuerzos e inversiones en mejorar la circularidad de sus envases a través del ecodiseño y la eficiencia del modelo de gestión de residuos.

Reutilización

La reutilización, indican desde las organizaciones, debería implantarse en aquellas situaciones en que se demuestre que es la opción más beneficiosa desde el punto de vista medioambiental, social,



técnico y económico, basándose en un análisis objetivo y científico de toda la cadena de valor, y nunca de manera obligatoria sin tener en cuenta el altísimo coste económico que podrían suponer.

En cualquier caso, la implantación de los modelos de reutilización y recarga deberían contemplarse como vías paralelas para lograr los objetivos propuestos. Además, se debería apoyar la inclusión de la recarga en el cómputo de los objetivos de reutilización.

Reciclado

Por otra parte, los objetivos de contenido de plástico reciclado que marca el Reglamento deberían establecerse por productor, como promedio de su portfolio de productos, dotando así a las empresas de la flexibilidad necesaria para poder cumplir con sus compromisos.

Para impulsar el mercado de materias primas secundarias, afirman, resulta imprescindible garantizar la existencia de infraestructuras de recogida y clasificación para facilitar el reciclado y garantizar la disponibilidad de suministro de plástico para su reciclado. Dada la elevada demanda de PET reciclado de calidad alimentaria por otros sectores, se debería plantear la posibilidad de que la Comisión pueda reajustar los objetivos en 2028 (en vez de 2032) debido no solo a la falta de disponibilidad, sino también a excesivos precios o falta de infraestructura adecuada.

Asimismo, se debería incluir la tecnología de reciclado químico como opción viable y complementaria al reciclado mecánico para alcanzar los objetivos previstos en el Reglamento.

Restricciones de envasado

Por último, en cuanto a las restricciones de envasado, consideran que “no pueden ser desproporcionadas e injustificadas. Antes de establecer prohibiciones hay que analizar caso a caso, teniendo en cuenta la existencia de posibles alternativas, las características regionales, logísticas, de seguridad alimentaria u otros aspectos”. Además, añaden, “será necesario tener en cuenta la función de los envases no solo para su protección, sino para facilitar su consumo y compra, así como para la diferenciación y valorización, así como para prevenir el desperdicio alimentario. En todo caso, no se deberá discriminar a unas categorías de alimentos sobre otras”.

Fuente: [Olimerca](#)

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

Kubota

For Earth, For Life
Kubota

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

Las exportaciones españolas de mercancías entre enero y agosto crecieron un 1,8%

Las exportaciones españolas de mercancías ascendieron un 1,8% interanual en el periodo enero-agosto y alcanzaron los 256.571 millones de euros, máximo histórico. Por su parte, las importaciones, descendieron un 5,4% hasta los 282.329 millones de euros. Así se muestra en el último Informe Mensual de Comercio Exterior de la Secretaría de Estado de Comercio con datos de comercio declarado de Aduanas.

Como resultado, el déficit comercial de los ocho primeros meses del año alcanzó los 25.758 millones de euros, cifra inferior al déficit de 46.461 millones registrado en el mismo periodo de 2022.

La tasa de cobertura –cociente entre exportaciones e importaciones– se situó en el 90,9% (84,4% en enero-agosto de 2022, datos provisionales).

El aumento interanual de las exportaciones españolas entre enero y agosto (1,8%) fue superior al registrado en la UE-27 (0,6%), mientras que descendieron en la zona euro (-0,1%). También aumentaron las exportaciones en Alemania (1,5%), Francia (5,2%) e Italia (2,3%). Fuera de la UE, se incrementaron las ventas de Reino Unido (3,4%), China (0,8%) y Japón (2,1%), mientras que decrecieron las de EE. UU. (-2,5%).

Agosto 2023

En el mes de agosto, las exportaciones españolas de mercancías disminuyeron un 10% interanual hasta los 26.174 millones de euros. Las importaciones descendieron un 17,3% en términos interanuales hasta los 30.609 millones de euros. Como resultado, se registró un déficit de 4.435 millones de euros, inferior al déficit de 7.937 millones de agosto de 2022.

La tasa de cobertura se situó en el 85,5%, lo que supone 6,9 puntos porcentuales más que en agosto de 2022 (78,6%).



Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar

bioland ENERGY

GRUPO oleícola jaén

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

Aceite de oliva en Andalucía

Andalucía sumó unas exportaciones por valor de 25.536 millones de euros entre enero y agosto de 2023, cifra que supone su segundo mejor registro de la historia para los ocho primeros meses de un año desde que se tienen datos homologables (1995). Si bien registra una bajada del 10,9% interanual, significa hasta un 14,2% más (3.182 millones de euros) que las ventas al exterior que se contabilizaron en enero-agosto de 2021, el que hasta 2022 contaba con la mayor factura de los primeros ocho meses de un año. Por tanto, el de 2023 es el segundo mejor registro histórico, sólo por debajo del récord del pasado año.

La tendencia que siguen las exportaciones en los ocho primeros meses de 2023 responde al contexto mundial, marcado por la bajada hasta agosto del precio internacional de la energía y de las materias primas industriales (combustibles, hierro y acero, algunos minerales, etc.), así como por la sequía, que afecta notablemente a la producción del campo andaluz. En este sentido, la falta de agua influye en la factura exterior de productos clave para el sector exterior como el aceite de oliva o las frutas, pese a lo cual, Andalucía se mantiene como segunda comunidad exportadora agroalimentaria a sólo un punto del liderazgo, gracias al impulso de las hortalizas.

Los tres capítulos con más volumen de ventas en las exportaciones andaluzas, que experimentan distintos comportamientos son agroalimentarios: las hortalizas, con 2.877 millones de euros, el 11,3%, que crecen un 8,3%, desde el segundo puesto; las frutas, con 2.208 millones, el 8,6%, que bajan un 7,5% desde el cuarto lugar; y el aceite de oliva, con una factura de 1.986 millones a pesar de registrar una bajada de las exportaciones del 8,6%, un producto que forma parte del capítulo de grasas y aceites vegetales, tercer capítulo, que cae un 11,7% y alcanza un valor de 2.309 millones (9% del total).

Pueden consultar las cifras de exportaciones en nuestro servicio [Arancelaria](#).

Fuente: [Oleorevista](#)



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

Andalucía publica una nueva versión del Cuaderno de Explotación

La Junta de Andalucía ha publicado un nuevo formato del Cuaderno de Explotación rellenable orientativo con el fin de dar cumplimiento a los requisitos de registro documental contemplados en la normativa vigente. En este caso, se han añadido nuevas páginas relacionadas con:

- Fertilización (Plan de Abonado): denominación del fertilizante y composición utilizados y anotaciones sobre la Unidades Fertilizantes aportadas de N-P-K. Este apartado, por ahora, solo es obligatorio para los solicitantes de los ecorregímenes P3 y P4. A principios del próximo año 2024 se espera que abarque al grueso de la totalidad de explotaciones agrarias.
- Riego: fechas y volúmenes de riegos aportados.
- Ecorregímenes: consta de tres páginas pertenecientes a su ecorregimen correspondiente.
- Ayudas asociadas (manejo sostenible de insumos): indicando aquellos insumos empleados, tales como fitosanitarios, fertilización y riego, rellenados anteriormente en sus apartados correspondientes.

Fuente: [Olimerca](#)

Un centenar de empresas se promocionarán en Linares durante la X Fiesta del Primer Aceite de Jaén, que tendrá como singularidad las tapas elaboradas con AOVE, y 34 estarán en Vitoria

Un centenar de AOVE tempranos podrán degustarse y adquirirse en la X Fiesta del Primer Aceite de Jaén que se celebrará los días 4 y 5 de noviembre en Linares. El diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, ha presentado junto al delegado territorial de Turismo, Cultura

The advertisement features the oliveCEPT logo on the left, with the text 'Pulsos Eléctricos: más aceite y mejor calidad' and 'Optimiza la extracción de aceite de oliva con la tecnología de pulsos eléctricos'. On the right, three icons represent benefits: a bar chart for 'Mayor rendimiento de AOVE', a heart for 'Calidad mejorada', and a clock for 'Mejor eficiencia'. A dark green button at the bottom right says 'Infórmate sin compromiso'. The background is light green with a stylized olive branch and a heartbeat line.



y Deporte de la Junta de Andalucía, José Ayala, la programación de un evento que organiza la Diputación de Jaén con la colaboración de Turismo Andaluz y que se desplazará el fin de semana siguiente, entre los días 10 y 12 de noviembre, hasta la Plaza de los Fueros de la ciudad de Vitoria, en la provincia de Álava.

“En esta edición contaremos con un centenar de empresas que producen aceite temprano, así como empresas de productos derivados del aceite y de la artesanía del olivar, y el desarrollo de la fiesta será en modo feria, con muestras y actividades, pero con un objetivo principal, que los asistentes, vecinos y vecinas de la provincia de Jaén y todas aquellas personas que nos visiten, tengan acceso directo a los stands para la compra de aceite de oliva virgen extra temprano, los primeros aceites de esta cosecha”, ha destacado Lozano, que ha puesto el acento en la necesidad de que “se incremente el consumo del aceite de calidad en el marco de una fiesta turística y cultural, que incluye actuaciones musicales, showcooking, catas de aceite, juegos infantiles o visitas guiadas a la oferta turística de la ciudad linarense”. El diputado de Promoción y Turismo, que ha invitado a jiennenses y visitantes a disfrutar de esta Fiesta, ha hecho un llamamiento a la defensa de un sector oleícola “que atraviesa momentos complicados por la baja producción como consecuencia de la sequía. Por eso, es necesario que las administraciones públicas defendamos e incentivemos el consumo del aceite de oliva virgen extra”.

Una de las grandes novedades de la X Fiesta del Primer Aceite de Jaén tendrá lugar en su inicio, en el que se sustituyen las tostadas con AOVE temprano por una degustación de tapas elaboradas con aceite de oliva virgen extra de la nueva cosecha. “Queremos impulsar esa identidad propia que tiene la ciudad de Linares en torno a la tradición de la tapa. En este sentido, además del arranque de la Fiesta, se ha organizado una ruta de la tapa, con la colaboración de la Asociación de Comerciantes e Industriales de Linares (ACIL) y del Ayuntamiento de Linares, que inauguraremos el 27 de octubre con la participación de 21 bares y restaurantes, y donde se van a poder degustar tapas vinculadas a la cultura del aceite. De esa ruta, saldrán cinco finalistas que se van a exponer el domingo 5 de noviembre en el cierre de esta edición de la Fiesta del Primer Aceite”, ha explicado el diputado de Promoción y Turismo.

En la programación de la Fiesta del Primer Aceite en Linares se incluyen catas guiadas de aceite de oliva virgen extra a cargo de las tres denominaciones de origen protegidas de la provincia de Jaén, -Sierra Mágina, Sierra de Cazorla y Sierra de Segura-, y de la indicación geográfica protegida Aceite de Jaén. Además, se llevarán a cabo visitas guiadas a la oferta turística de Linares, se ha organizado una ruta senderista por la Vía Verde de Linares y el patrimonio minero, y se celebrarán espectáculos musicales, de animación callejera, y actividades para el público infantil, así como una muestra gastronómica con la participación de 13 restaurantes que ofrecerán un menú donde serán



protagonistas los aceites tempranos. “Una programación intensa y diversa durante el sábado y el domingo, con un cierre especial mediante showcooking en los que se seleccionarán los finalistas del concurso de la tapa y una masterclass en torno a la tapa de Linares a cargo del chef Álvaro Salazar, del restaurante Voro, embajador de esta edición, con la degustación posterior de las tapas elaboradas por este cocinero que cuenta con dos Estrellas Michelin”, ha valorado Lozano.

Junto al embajador, “un joven chef que remanece de Linares, que mantiene vínculos afectivos y familiares, y que es protagonista del buen hacer, la constancia y la profesionalidad en la hostelería”, el diputado de Promoción y Turismo ha recordado al pregonero de esta edición, “el afamado actor Javier Gutiérrez, que cuenta con dos Premios Goya, que tiene una gran vinculación con la provincia de Jaén, especialmente a raíz del rodaje de la película ‘La hija’, filmada íntegramente en nuestra provincia, y que está convencido de las grandes virtudes del aceite de oliva virgen extra”.

Por último, con respecto a la edición nacional de la Fiesta del Primer Aceite de Jaén, Lozano ha señalado que Álava es una de las provincias con mayor consumo medio de aceite de oliva por persona a nivel nacional. “Sabemos que allí se valora muy bien nuestro producto, tienen una gran gastronomía y un importante sector de la restauración, que pone en valor el producto auténtico y de calidad, y por tanto, creemos que va a dar muy buenos frutos esta acción en el País Vasco”. Valencia, Vigo, Bilbao, Hospitalet de Llobregat, Gijón, Pamplona y Alcalá de Henares han acogido este evento que contará en la capital alavesa con la presencia de 34 expositores.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

La asociación italiana Unifol advierte de la competencia "desleal" de las mezclas de aceites vegetales y aromatizados

La Unión Italiana de Familias Olivícolas (Unifol) ha mostrado la preocupación del sector del aceite de oliva virgen extra "por la competencia desleal de los condimentos". Según ha precisado esta asociación, "en muchos lineales de la gran distribución, los condimentos a base de aceites vegetales y los aceites de oliva vírgenes extra enriquecidos con algún aromatizante se colocan junto a los AOVEs con el riesgo de confundir a los consumidores, atraídos por precios muy convenientes".



"Cada vez son más los puntos de venta en los que desaparece la protección del valor del aceite de oliva virgen extra", ha afirmado el presidente de la entidad, Giuseppe Vacca.

Para Unifol, se trata de una estrategia "que corre el riesgo de sacrificar un producto noble ypreciado aliado de la salud en nombre del marketing y que representa un paso atrás en la transparencia a favor de los consumidores. Poner al mismo nivel los productos resultantes del refinado químico y un producto resultante del prensado de aceitunas es, de hecho, engañoso".

"La preocupación de nuestras empresas es que, en nombre de los beneficios fáciles, se juega con la falta de claridad para los consumidores y luego se pasa la factura a los honrados productores italianos", ha añadido Vacca, al tiempo que ha subrayado que la asociación ya ha sensibilizado a los organismos institucionales de control sobre el riesgo de confusión en detrimento de todo el sector".

"A los consumidores, Unifol les recomienda leer bien las etiquetas antes de comprar", ha concluido.

Declaraciones de algunos representantes de la asociación

"Los condimentos a base de aceites vegetales y los aceites de oliva vírgenes extra enriquecidos con algún aromatizante se colocan entre los aceites de oliva con el riesgo de confundir a los consumidores que, al pasar rápidamente por los estantes, se ven atraídos por los precios tan convenientes y, sin tener tiempo de comprobar detenidamente la etiqueta, acaban comprándolos pensando que son virgen extra", ha señalado Pasqualino Manca, propietario de la marca San Giuliano di Alghero.

"Los condimentos a base de aceites vegetales y aceites de oliva vírgenes extra no representan un valor añadido, ya que equiparan el refinado químico de los aceites vegetales con el prensado natural de las aceitunas en virgen extra. Esto supone un paso atrás en transparencia y comprensibilidad, que son derechos sacrosantos de nuestros consumidores", ha afirmado Giampaolo Farchioni, director general de la empresa del mismo nombre.

"El aceite de oliva virgen extra atraviesa un momento especialmente delicado, con una fuerte subida de los precios en los lineales debido a la sequía que en Italia y en la Cuenca Mediterránea ha golpeado al olivo en su fase más delicada de crecimiento, reduciendo drásticamente las cantidades de aceitunas producidas y aumentando los costes de producción y recolección", ha considerado Zefferino Monini, CEO de Monini.

"Para aumentar el valor del aceite de oliva virgen extra, especialmente en un año difícil como éste, creo que es esencial que el posicionamiento en el lineal se realice de forma que no genere confusión en el consumidor", ha apuntado Gianni Desantis, de la marca del mismo nombre.

Fuente: [Mercacei](#)



Andalucía TRADE prestará a partir de ahora los servicios de propiedad industrial a los emprendedores y empresarios andaluces

El número medio de actuaciones vinculadas a este servicio en Andalucía gira en torno a las 7.000 al año entre consultas de asesoramiento, registros de solicitudes y documentación administrativa.

La agencia **Andalucía TRADE**, dependiente de la **Consejería de Economía, Hacienda y Fondos Europeos** de la Junta de Andalucía, prestará a partir de ahora los servicios de propiedad intelectual a los emprendedores y empresarios andaluces.

El director general de Andalucía TRADE, Antonio Castro, se ha reunido con la directora de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), Aida Fernández, para poner en común los servicios de propiedad industrial que presta la Junta de Andalucía como antena de la OEPM en el marco de un convenio de colaboración entre ambas instituciones.

El objeto de este convenio, con vigencia inicial hasta 2027, es acercar la información y facilitar la tramitación relativa a la protección de los inventos, los diseños y marcas de los andaluces. Estos servicios serán prestados a partir de ahora por Andalucía TRADE, como agencia del Gobierno andaluz que aglutina los servicios al tejido empresarial.

Entre los servicios que prestará Andalucía TRADE se encuentran el asesoramiento y registro de las solicitudes de patentes, marcas y diseños, siendo sus usuarios los autónomos, pymes, centros tecnológicos e instituciones de Andalucía. El registro de solicitudes en las oficinas de la nueva agencia andaluza da fecha de validez para adquirir derechos de exclusividad, aunque en la actualidad se asesora para la utilización del registro online a través de la sede electrónica de la OEPM, que reduce costes y tiempos de tramitación.

El personal experto de Andalucía TRADE en todas las provincias andaluzas ofrecerá un asesoramiento personalizado y completo sobre cuál es la estrategia de protección que mejor se adapta a las necesidades de la empresa, permitiéndoles ahorrar costes en un proceso tan complejo como es la protección de la creatividad a través de los instrumentos de propiedad industrial.

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

CAMPAÑAS DE PROTECCIÓN

Andalucía TRADE, como Centro Regional de Propiedad Industrial, colaborará en acciones de promoción y difusión de la importancia de la protección de la propiedad industrial y participará en las campañas anti-falsificación que se pongan en marcha. Asimismo, colaborará en todos los proyectos impulsados por la Oficina Europea de Propiedad Intelectual (Euipo) y de la Oficina Europea de Patentes (EPO) que beneficien al empresariado andaluz, y participará de forma activa en las redes nacionales e internacionales de asesoramiento especializado.

Andalucía TRADE es el único centro regional de España que presta servicios de Vigilancia Tecnológica. Este servicio gratuito es muy valorado por las empresas, no sólo por el ahorro de costes que supone, sino porque reciben información relevante para sus procesos de innovación en general, además de para posibles solicitudes de patentes que se puedan generar.

En conjunto se espera que Andalucía TRADE atienda a una media de 7.000 actuaciones anuales entre consultas y registros de solicitudes y documentación oficial de mantenimiento de derechos.

TERCERA COMUNIDAD EN REGISTRO DE FIGURAS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Andalucía contabilizó durante el año 2022 un total de 154 solicitudes de patentes nacionales, lo que supone un crecimiento del 2% respecto al año anterior. Así lo evidencian los datos publicados por la Organización Española de Patentes y Marcas (OEPM). En modelos de utilidad se solicitaron 311.

El número de solicitudes de marcas y nombres comerciales en el año 2022 ascendió a 8.452 registros de signos distintivos y 153 solicitudes de diseño industrial, por lo que entre solicitudes de invenciones, signos distintivos y diseños industriales se han registrado un total de 9.075 solicitudes, siendo Andalucía la tercera comunidad autónoma española en registros, por detrás de Madrid y Cataluña.

Fuente: [Andalucía TRADE](#)