

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

29 de noviembre de 2023



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Las ventas de aceite de oliva caen un 37 % en el primer mes de campaña.

La mitad de los europeos no consume suficiente aceite de oliva, según un estudio.

“La producción mundial de aceite de oliva caería un 20% por el calentamiento global”.

Pistoletazo de salida al proyecto "Oleoturismo en España".

Luz verde al acuerdo de libre comercio entre la UE y Nueva Zelanda.

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

Las ventas de aceite de oliva caen un 37 % en el primer mes de campaña

La Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles ([Anierac](#)) ha destacado que en octubre se pusieron en el mercado 52,32 millones de litros de aceite en total, de los que 2,19 millones son de aceite de orujo y 31,58 millones, de aceites vegetales.

Entre los [aceites de oliva](#), el virgen extra sumó 7,10 millones de litros, el 37,13 % menos que en octubre de 2022; el “suave”, 6,47 millones (-50,83 %); el “intenso”, 2,61 millones (-14,67 %); y el virgen, 2,35 millones (+13,14 %).





Las ventas acumuladas de aceite de oliva cayeron el 18,3 % en los diez primeros meses del año en comparación con el mismo periodo del año anterior, situándose en 213,34 millones de litros.

De esa cantidad, 89,17 millones de litros fueron de virgen extra (-17,67 %); 70,43 millones, de “suave” (-26,40 %); 28,39 millones, de “intenso” (-17,61 %); y 25,34 millones, de “virgen” (+11,80 %).

La patronal ha precisado que el acumulado anual de aceite de orujo en el mercado fue un 9,8 % superior al de los diez primeros meses de 2022, con 16,86 millones de litros; y que en ese periodo se pusieron en el mercado 303,61 millones de litros de aceites vegetales, un 9,28 % más.

Solo en octubre, se vendieron 22 millones de litros de aceite de girasol, lo que supone una bajada anual del 2,13 %; y 9,16 millones de litros de aceite de semillas, con un aumento del 76,74 %.

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA 100 ANOS DE INGENIERIA CONTINUA

5 AÑOS DE GARANTIA

For Earth, For Life Kubota

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



En los diez primeros meses del año se han comercializado 533,81 millones de litros de aceites, lo que representa una reducción del 3,7 % respecto al mismo periodo de 2022, según Anierac.

Fuente: Efeagro

La mitad de los europeos no consume suficiente aceite de oliva, según un estudio

La mitad de los europeos no consume suficiente aceite de oliva al año, según un estudio presentado este lunes en el Parlamento Europeo (PE) en Bruselas.

"El 50 % de la población no consume suficiente aceite de oliva, que deberían ser 3 cucharadas al día", señaló el presidente del comité científico del Instituto Nacional Carapelli -encargado de la investigación- Michel Carruba, que añadió que la vuelta a la dieta mediterránea "ayudaría a aumentar la esperanza de vida".

En esa línea, Carruba indicó que la principal causa de mortalidad en Europa -más del 90 %- está ligada a alguna patología -enfermedades de riñón, hígado, problemas de corazón-, y que por ello se debería seguir "una dieta equilibrada como la mediterránea, pues rebajaría en un 25 % los riesgos asociados con la mortalidad".

El profesor de la Universidad de Milán, Enzo Nisoli, explicó en su intervención que varios estudios demostraron el "efecto beneficioso" del aceite de oliva, como uno con diabéticos de tipo uno, donde se probó que los que consumían este aceite redujeron el pico glucémico en sus ingestas.

Además, un estudio con animales también demostró la existencia de elementos positivos en el aceite de oliva, como los polifenoles, un grupo de sustancias químicas que contribuyen a la prevención de enfermedades crónicas y cardiovasculares.

"La dieta mediterránea previene los síndromes cardiovasculares y su proliferación, gracias a que los polifenoles pueden alterar el mecanismo causante de estas enfermedades", subrayó Nisoli.

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

Sin embargo, la sequía y el cambio climático afectan a la industria del aceite, a su producción y a sus precios, según señaló la directora general de la Organización Interprofesional del Aceite de Oliva España, Teresa Pérez, así como a su consumo.

Las regiones más afectadas por la sequía en España son Castilla-La Mancha, Extremadura y Andalucía, "donde más aceite se produce", afirmó Pérez, mientras que los países que más aceite consumen son los países del sur de la UE: Grecia (12 litros), España (11,4 litros) e Italia, (11 litros).

Y es que la UE tan solo representa el 50 % de la producción mundial, y en las dos últimas campañas este porcentaje ha bajado, pues de ese 50 % la "gran mayoría" proviene de España, según el estudio.

Por ello, el director de la Asociación de la Industria Olivera italiana, Andrea Carrassi, sostuvo que para paliar el aumento de los precios y el descenso de la producción, "debería haber políticas para apoyar el valor y mejorar la percepción del consumidor", así como "utilizar los olivares para luchar contra el cambio climático", entre otras medidas.

Fuente: [Agrodiario](#)

“La producción mundial de aceite de oliva caería un 20% por el calentamiento global”

El [Olive Oil World Congress \(OOWC\)](#) organiza en la sede de la FAO en Roma una jornada titulada: “Día Mundial del Olivo FAO: Una mirada hacia el futuro”, este 24 de noviembre, en la que expertos del sector del olivar y del aceite de oliva han puesto en valor la importancia de este cultivo para todos los países productores y consumidores para celebrar el [Día Mundial del Olivo, el 26 de noviembre](#).

En palabras de Máximo Torero, jefe y subdirector general del Departamento de Desarrollo Económico y Social de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación en Roma: “el cultivo del olivar tiene una importancia fundamental a nivel mundial debido a la versatilidad y valor tanto económico como cultural que aporta. Es una actividad económica importante en muchos países y tiene un impacto social significativo, ya que emplea a muchas personas y a menudo involucra a pequeños productores”.



NUTRI NAV

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

Solicita una demo

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



Con esta jornada, el Olive Oil World Congress (OOWC) que organiza su primera edición del 26 al 28 de junio en Madrid, reafirma su compromiso con el sector del olivar y del aceite de oliva. Y es que, debido a la difícil situación que atraviesa el sector, es importante recordar el valor de este producto como motor de desarrollo económico en diversas regiones del mundo, además de su importancia para la biodiversidad, el medioambiente y, por supuesto, la salud.

El valor del mercado

La jornada ha comenzado con la bienvenida e inauguración a cargo de Juan Prieto, Representante Permanente Adjunto de España ante la FAO; y de Manuel Barange, Subdirector General y Director de la División de Pesca y Acuicultura de la FAO.

Según Barange, “el mercado del aceite de oliva mundial alcanzó un valor de 14,2 mil millones de euros, siendo España el principal productor en el mundo, con un 25% del total, y produciendo en la media de los últimos cinco años un 50% del total, seguido de Italia, Marruecos y Túnez”. “Sin embargo, la industria olivarera en el Mediterráneo se enfrenta a múltiples desafíos, como la volatilidad de los precios, la competencia con otros aceites vegetales o los etiquetados fraudulentos. Pero sin duda, el principal problema es el cambio climático, ya que se prevé que con un incremento de las temperaturas de 1,5°C, la producción mundial podría caer un 20%”, ha asegurado.

A continuación, Di Yang; experto en aceite vegetal en la División de Mercados y Comercio de FAO, intervino para hablar sobre "El aceite de oliva en el mundo: ¿un sector económicamente viable?".

La siguiente ponencia ha corrido a cargo de Mladen Todorovic, del Instituto Agronómico Mediterráneo de Bari (CIHEAM Bari), quien ha mostrado a los asistentes las "Soluciones sostenibles para el cultivo del olivo: uso eficiente del agua en un contexto de cambio climático".

Durante el evento, también se ha presentado el OOWC a los miembros de la FAO y asistentes a la jornada. Un proyecto colaborativo que ofrece al sector la posibilidad de unir a todos los operadores a nivel internacional para trabajar juntos con el objetivo de ayudar a solucionar los problemas que existen y aprovechar mejor las oportunidades que se generan.

La salud como bandera

Antonio Escribano, Catedrático de Nutrición Deportiva de la Universidad Católica de Murcia, España, y Especialista en Endocrinología y Nutrición, ha hablado sobre el "Aceite de oliva y salud, un binomio inseparable". Para Escribano, “el aceite de oliva puede considerarse la mejor grasa de



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

nuestro planeta y sus efectos beneficiosos para la salud están ampliamente demostrados, gracias a sus compuestos fenólicos y fitoesteroles que reducen la absorción de colesterol en el intestino, además de sus efectos antiinflamatorio y antioxidante; este maravilloso producto previene enfermedades cardiovasculares o enfermedades metabólicas, entre otras”.

Bajo el título "El sector mundial del aceite de oliva: una mirada al futuro", se ha llevado a cabo una mesa redonda moderada por Juan Prieto, Representante Permanente Adjunto de España ante la FAO, en la que han estado presentes Nevena Alexandrova, Agricultural Extension Officer of Innovation FAO; Wafaa ElKhoury, Jefe de Servicio para ECA y NENA, Centro de Inversiones de la FAO; y Khaled El Taweel, coordinador de programas en el Centro de Coordinación de Sistemas Alimentarios de la ONU.

Fuente: [Oleorevista](#)

Pistoletazo de salida al proyecto "Oleoturismo en España"

El [Palacio de la Diputación Provincial de Ciudad Real](#) ha acogido la reunión con la que se ha dado el pistoletazo de salida al proyecto "Oleoturismo en España", mediante el cual se pretenden establecer las rutas del aceite y la aceituna en nuestro país, articulándolas a través de las diferentes provincias con el fin de crear un producto de calidad que anime a los visitantes a conocer la cultura del olivo.

Este proyecto está impulsado por las instituciones provinciales de Ciudad Real, Córdoba, Jaén, Huelva, Sevilla, Cáceres, Badajoz y Tarragona, así como por la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) y la Asociación Dinamiza, según ha informado la Diputación de Ciudad Real.

El presidente de la Diputación de Ciudad Real, Miguel Ángel Valverde, ha puesto el acento en la importancia que tiene valorizar la cultura del olivar con acciones sostenibles que impulsan el oleoturismo y, por tanto, el desarrollo económico y territorial.

Para Valverde, destacar las virtudes del olivar, “que tanto tienen que ver con nuestra historia, nuestros relatos y nuestro presente, es un asunto capital que hay que apoyar con la mayor cantidad de recursos posible”.



Coragro
Correduría de Seguros S.L.

*Especialistas en
Seguros Agroalimentarios*

www.coragro.es



En concreto, el delegado de Desarrollo Económico, Promoción y Empleo de la Diputación de Córdoba, Félix Romero, ha precisado que la Administración cordobesa “se encargará del Social Media Plan, de la creación de una comunidad de viajeros y de acciones formativas para la mejora de la accesibilidad y la inclusión social”.

Entre los objetivos que persigue el proyecto figura su articulación en todo el territorio nacional, con la participación de todos los actores públicos y privados implicados, y la definición y desarrollo de la experiencia mediante la elaboración de un Manual de la Experiencia Turística Sostenible.

Otra de las metas es la implantación de la experiencia en los territorios participantes, proporcionando formación y asistencia técnica a todos los agentes y la creación de la plataforma web “Oleoturismo en España”, dirigida tanto al público final como a los propios agentes integrantes de la experiencia turística.

Igualmente, se pretende llevar a cabo la creación de la arquitectura de marcas “Oleoturismo en España”, así como la definición de una estrategia de comunicación y la elaboración de soportes de comunicación, tanto físicos como digitales. Finalmente, se adaptará la experiencia a los distintos segmentos mediante la elaboración de guías para la adaptación de la experiencia oleoturística a las necesidades de los diversos colectivos y se elaborará un Plan de Comunicación 360° que difunda las distintas actuaciones del proyecto y que dé a conocer la experiencia al público internacional y nacional.

Por su parte, la presidenta de AEMO, María Dolores Amo, ha dado las gracias "por abrirles las puertas de la provincia y ser anfitriones en este nacimiento del consenso del objetivo marcado por AEMO, que fue acogido por estas ocho diputaciones, y sobre el que se han interesado otras administraciones”.

Amo ha expuesto la idiosincrasia de “un proyecto que se presentó en Jaén y que ha permitido estrechar lazos para crear una red de oleoturismo en España. Lo que se pretende es que se divulguen experiencias alrededor del aceite y del mundo rural en general. Actividades de riqueza para las gentes que mejor saben cultivar el campo y que tienen en la tierra su base”, ha afirmado.

A su vez, ha precisado que desde 2021 se está llevando a cabo una observación permanente de lo que se ha llevado a cabo en otros sectores y en otros países, destacando como ejemplo la Ruta del Vino que tiene parada en esta provincia. “Habría que posibilitar que el aceite de oliva y la aceituna de mesa se visualicen y tengan ese valor añadido que merecen”, ha promulgado.



Por lo tanto, y según palabras de la propia presidenta de AEMO, se destacarán las almazaras de los pueblos, las tiendas locales especializadas, la fiesta de las localidades que rinden tributo al olivar, los museos y la lucha diaria de los municipios por mantener tradiciones.

Amo ha especificado que los primeros trámites ya han comenzado mediante la asignación de competencias a cada una de las diputaciones por parte de AEMO y con la asesoría técnica de la Asociación Dinamiza, y ha valorado la “ilusión” de los representantes y los técnicos con dedicación en el proyecto. Así, “con especial énfasis en el aspecto comunicativo, el aceite del olivar y sus gentes”, se repetirán reuniones periódicas como la que se ha celebrado en el Palacio provincial de Ciudad Real.

A la jornada de trabajo han asistido técnicos de las ocho diputaciones provinciales que forman parte del proyecto, así como representantes de AEMO y de la Asociación Dinamiza.

Cata-desayuno saludable

El acto ha concluido con la celebración de una cata-desayuno saludable a la que han asistido todos los participantes antes de retomar el programa de trabajo.

En concreto, se han degustado AOVEs de Dehesa del Molinillo (variedad cornicabra), Palacio de los Olivos (picual), y Colival (hojiblanca). Del mismo modo, se ha consumido pan de cruz y dulce casero elaborado con aceite de oliva.

Fuente: [Mercacei](#)

Luz verde al acuerdo de libre comercio entre la UE y Nueva Zelanda

El Consejo Europeo ha adoptado una decisión sobre la celebración de un acuerdo de libre comercio (ALC) entre la UE y Nueva Zelanda. Esta decisión allana el camino, por parte de la UE, para la entrada en vigor del acuerdo. Así, una vez que Nueva Zelanda también complete sus requisitos y procedimientos legales, el acuerdo podrá entrar en vigor, probablemente a principios de 2024.



El Tratado de Libre Comercio liberalizará y facilitará el comercio y la inversión, además de promover una relación económica más estrecha, lo que abrirá importantes oportunidades económicas para empresas y consumidores de ambas partes.

La UE es el tercer mayor socio comercial de Nueva Zelanda. El comercio bilateral de bienes entre los dos socios ha aumentado constantemente en los últimos años, alcanzando casi 9.100 millones de euros en 2022.

Una vez que el acuerdo entre en vigor, se espera que el comercio bilateral crezca hasta un 30% gracias a este acuerdo, y que las exportaciones anuales de la UE crezcan potencialmente hasta 4.500 millones de euros. La inversión de la UE en Nueva Zelanda tiene potencial de crecer hasta un 80%. El acuerdo puede reducir unos 140 millones de euros al año en derechos para las empresas de la UE durante el primer año de aplicación.

Acuerdos bilaterales de nueva generación

El Acuerdo de Libre Comercio UE-Nueva Zelanda es el primer acuerdo que integra plenamente el nuevo enfoque de la UE en materia de comercio y desarrollo sostenible (TSD), que fue aprobado por el Consejo en las conclusiones del 17 de octubre de 2022.

Incluye un capítulo dedicado a los sistemas alimentarios sostenibles, un artículo dedicado al comercio y la igualdad de género y una disposición dedicada a la reforma del comercio y los subsidios a los combustibles fósiles. El acuerdo también liberaliza los bienes y servicios ecológicos al entrar en vigor.

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