

# Newsletter INFAOLIVA

*Recopilación de noticias del sector*

*10 de mayo de 2022*



## HOY ES NOTICIA:

El Ministro Luis Planas visitará la XXI Feria del Olivo de Montoro.

El aceite de oliva andaluz conquista el mundo: ya se exporta a 152 países.

El olivar y el aceite de oliva, la gran apuesta de la Comisión Europea.

El sector gourmet griego: una oportunidad para el AOVE español.

Exportaciones agroalimentarias a EEUU: seguridad alimentaria e inspecciones de la FDA

PAC 2022

**#MásAyudas**  
**#MásDigital**

Tramitamos la PAC por ti  
y te anticipamos las ayudas *on-line*

**AgriBank**

# El Ministro Luis Planas visitará la XXI Feria del Olivo de Montoro

El ministro de **Agricultura, Pesca y Alimentación**, Luis Planas, visitará el próximo miércoles 11 de mayo a partir de las 17 horas la XXI Feria del Olivo de Montoro, donde realizará una intervención institucional y recorrerá los diferentes stands de la muestra.

Tras el obligado parón provocado por la pandemia, la XXI Feria del Olivo de Montoro prevé celebrar la edición más importante de su historia del 11 al 14 de mayo. En ella ofrecerá la tecnología más innovadora relacionada con drones, asistencia telemática de tratamientos fitosanitarios y riegos, tratamiento de imágenes satélite, nuevas formas de recolección, trazabilidad 4.0, patios de recepción inteligentes o la optimización automática del proceso de extracción, además de muchos otros aspectos relacionados con la Agricultura 4.0.

Bajo el lema “Hacia la digitalización de la olivicultura”, esta cita mostrará la maquinaria y tecnología más innovadora del sector, y será una edición única, enfocada y centrada especialmente en la digitalización de la olivicultura y la elaiotecnia.

El Consorcio Feria del Olivo de Montoro ha animado a expositores, expertos, olivareros y almazareros “a celebrar juntos la feria más digital, donde se muestren las tecnologías del futuro y donde se abra un foro de reflexión sobre hacia donde cabalga el olivar y la molturación y la excelencia alimentaria de los próximos años”.

## Concurso "Pedro León Mellado"

Ayer se reunió el jurado del XII Concurso Internacional de Calidad de Aceites de Oliva Vírgenes Extra "Pedro León Mellado", en el que los AOVEs Venta del Barón y Molino del Genil se han alzado con los máximos galardones.

Este galardón premia, en el marco de la Feria del Olivo de Montoro, a los mejores frutados verdes y maduros del panorama internacional.

En concreto, en la categoría de Frutado Verde el AOVE Venta del Barón, de Almazara de Muela, ha recibido el Primer Premio; Molino del Genil Picual, de Molino del Genil, ha obtenido el Segundo Premio; y Rincón de la Subbética, de Almazaras de la Subbética, ha conquistado el Tercer Premio.



Una apuesta sectorial por la calidad  
**DESCUBRE AQUÍ EL PROYECTO**



A su vez, en la categoría de Frutado Maduro el zumo Molino del Genil Arbequina, de Molino del Genil, se ha alzado con el Primer Premio; Mestral, de Cooperativa Agrícola de Cambrils, con el Segundo Premio; y Suerte Alta Coupage Natural, de Cortijo de Suerte Alta, con el Tercer Premio.

Respecto al AOVE presentado por Almazara de Muela, el jurado ha destacado que “en nariz irrumpe con un frutado muy intenso a aceituna verde, acompañado de un verde de hierba recién cortada. Posteriormente, presenta matices a hierbas silvestres y aromáticas, tomatera y plátano verde. En boca, el zumo entra dulce para después mostrar un amargo medio y un agradable picante a guindilla que se crece y persiste en el tiempo. En cuanto al aroma retronasal culmina con una intensa almendra verde. Alta persistencia y complejidad”.

Por su parte, la muestra de Molino del Genil Arbequina, en opinión de los catadores, presenta “en nariz un agradable frutado maduro de intensidad media con claras notas almendradas y manzana. También sorprende con un agradable frutado a plátano más maduro envuelto en canela. En boca entra muy dulce, tiene retrogusto a especias, y amarga y pica ligeramente de forma balanceada. Zumo muy armónico y elegante”.

El jurado -formado por Lola Peña, José Antonio Torres, José Manuel Bajo y Rafael Félix Torres; actuando como director y jefe de panel, José M<sup>a</sup> Penco- ha subrayado el alto nivel de las muestras ganadoras.

Este concurso, según han subrayado sus organizadores, cuenta con todas las garantías tanto del origen de las muestras, tomadas notarialmente, como de confidencialidad en la cata, al ser cifradas por la notaria de Montoro, Lourdes Salinero Cid.

### Salón del Virgen Extra

En el marco de la feria también se celebrará una nueva edición del Salón del Virgen Extra - respaldado por el Consorcio Feria del Olivo de Montoro y la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO)-, donde se mostrarán los 100 mejores AOVes del mundo del Concurso Internacional EVOOLEUM World's TOP100 Extra Virgin Olive Oils.

También contará con la presencia de los AOVes finalistas del Concurso Internacional de Calidad de AOVes "Pedro León Mellado", así como de vírgenes extra de las diferentes DOPs andaluzas.

Tras el éxito de este espacio temático de aceites en ediciones anteriores -al que acudieron más de 3.600 visitantes-, la organización va a permitir que los visitantes caten y prueben AOVes de diferentes variedades y países. Además, el Salón contará con asistencia técnica para resolver dudas, explicar al público asistente cada AOVE y mostrar las excelencias de la campaña 2021/22.

Fuente: [Mercacei](#)



bioland  
ENERGY

GRUPO oleícola jaén

PLANTA DE RECEPCIÓN DE ALPEORUJO - Ctra. Vilches, km 3,5 - LA CAROLINA (JAÉN) - TEL. 953 68 08 15 / 609 775 563

queremos ser  
tu orujera...



Portada

# El aceite de oliva andaluz conquista el mundo: ya se exporta a 152 países

El mercado internacional del aceite de oliva español, producido en su mayor parte en Andalucía, es cada vez mayor. En los cinco primeros meses de campaña (octubre 2021/febrero de 2022) se ha exportado a 152 de los 194 países del mundo. A algunos se les vende, además, a muy buen precio: India compra el kilo en origen a 5,2 euros.

El Ministerio de Agricultura afirma que el aceite de oliva ha experimentado un notable incremento de valor, respecto a la campaña pasada. De hecho, el precio medio registrado por el aceite de oliva en la semana comprendida entre el 25 de abril y el 1 de mayo es un 78,6 % superior al de la misma semana de hace dos años.

El aceite de oliva virgen extra ha subido un 62,5 % y el virgen un 78,9 %. Lo que explica tanto la caída del volumen exportado como el incremento del valor de las exportaciones en casi un 15 %. Crece el valor respecto de la campaña anterior, en los 20 primeros países compradores. Los porcentajes más altos de subida se registran en Canadá y Brasil. Destaca el crecimiento del valor en India y Canadá.

Italia es el primer destino con el 29 % del total de las exportaciones, seguido de EE UU con el 16 %. Las compras italianas han generado al sector 398,9 millones de euros y las estadounidenses 221,5 millones. Portugal ha comprado mercancía por valor de 120,5 millones de euros y Francia ha gastado 93,7 millones en las almazaras españolas.

Entre octubre de 2021 y febrero de 2022 España ha vendido aceite de oliva por valor de 1.253 millones de euros. La mayor parte del producto exportado procede de cooperativas y almazaras andaluzas, región que genera el 80 % de la producción española. Este porcentaje le permitió hacer dos campañas exportar aceite por valor de 2.235,24 millones de euros.

La Dirección General de Producciones y Mercados Agrarios del Ministerio de Agricultura resalta que los valores de exportación son superiores a la media y a los valores de la campaña anterior en todos los meses iniciales de campaña.

Aunque el volumen total de exportaciones se sitúa por debajo de la campaña anterior, en noviembre, diciembre y febrero fueron superiores a la media. El promedio mensual de ventas a otros países se sitúa en 79.890 toneladas, un 14% inferior a los niveles del inicio de la pasada campaña, en la que se registraron cifras históricas de ventas.

Fuente: [ABC Andalucía](#)



**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@ayanet.es    basado en  Microsoft Dynamics 365 Business Central · [www.nutrinav.es](http://www.nutrinav.es)

# El olivar y el aceite de oliva, la gran apuesta de la Comisión Europea

AUTOR: Caroline JEANDIN - Acting Head of Unit - DG Agriculture and Rural Development

Como primer productor, consumidor y exportador, la Unión Europea (UE) lidera el sector del aceite de oliva a nivel mundial. En la pasada década, esta posición no ha hecho sino fortalecerse, gracias al duro trabajo y cuidadoso mimo de sus agricultores, productores y exportadores, así como con el apoyo de las distintas administraciones involucradas, incluyendo la Comisión Europea de la que formo parte.

Indudablemente son muchos los factores que han reforzado esta posición en los últimos años, aunque la modernización del cultivo del olivo, el fuerte compromiso del sector para asegurar un producto de gran calidad y la demanda creciente a nivel mundial con la emergencia de nuevos mercados, merecen especial atención.

## El olivar y la PAC

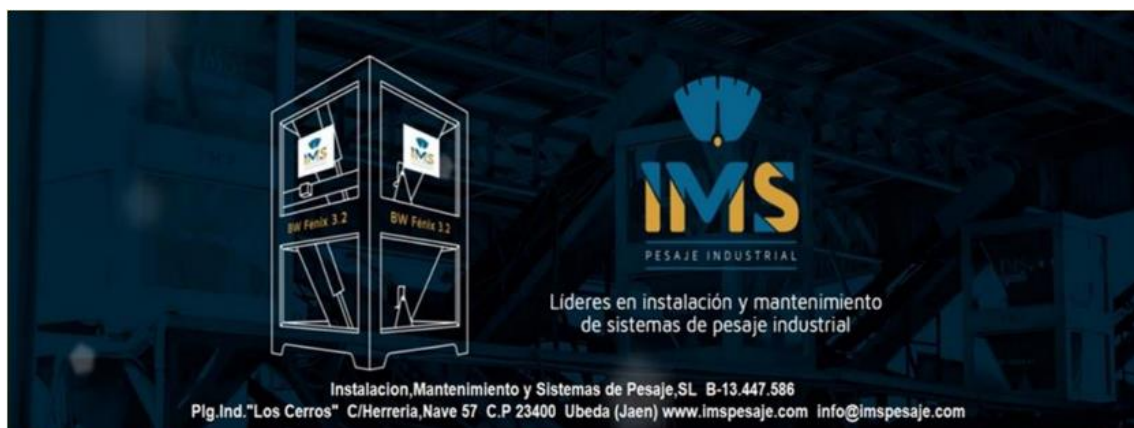
La Comisión Europea apoya al sector olivarero a través de los programas sectoriales de la nueva Política Agraria Común (PAC), permitiendo intervenciones en áreas tales como adaptación al cambio climático, inversiones en producción orgánica, ahorro energético, sistemas de trazabilidad, etc. Así mismo, un eco-esquema específico permitirá el apoyo a la gestión de cultivos permanentes, en particular con el mantenimiento de cubiertas vegetales, incluyendo al olivar de secano. Existen programas, dentro de los Planes Estratégicos de la PAC, para paliar el declive demográfico y apoyar a los jóvenes en la agricultura y el medio rural.

De manera adicional, dentro de la estrategia “Del campo a la mesa” incluida en el Pacto Verde Europeo, la Comisión Europea ha fijado un objetivo de al menos un 25% de superficie agrícola dedicada a la agricultura ecológica para 2030, acompañado de un plan de acción en la UE. Alcanzar este objetivo es, a un tiempo, un gran desafío y una gran oportunidad de dar valor añadido al sector y fortalecer la imagen del aceite de oliva como producto beneficioso para el medio ambiente.

## La apuesta por la calidad

Otro aspecto importante a destacar de la pasada década es el compromiso decidido del sector para preservar la alta calidad del aceite de oliva producido en la UE. Todos los actores de la cadena de valor del aceite de oliva están convencidos de la crucial importancia que tiene salvaguardar la calidad y autenticidad de nuestros aceites de oliva, desde el esfuerzo de los agricultores en seleccionar las aceitunas adecuadas en el momento oportuno, pasando por las almazaras y sus inversiones en últimas tecnologías y zonas óptimas de almacenado, así como a las autoridades de control garantizando que el consumidor disfrute de un producto seguro a la altura de sus expectativas.

Las características particulares de los aceites de oliva, así como las normas que regulan su etiquetado o envasado son definidas por la Comisión Europea. Las normas de comercialización europeas



**IMS**  
PESAJE INDUSTRIAL

Líderes en instalación y mantenimiento de sistemas de pesaje industrial

Instalación, Mantenimiento y Sistemas de Pesaje, S.L. B-13.447.586  
Plg. Ind. "Los Cerros" C/Herrería, Nave 57 C.P. 23400 Ubeda (Jaen) [www.imsesaje.com](http://www.imsesaje.com) [info@imsesaje.com](mailto:info@imsesaje.com)



aseguran que los mercados son abastecidos de productos de calidad satisfactoria según las expectativas de los consumidores, facilitan el comercio y garantizan igualdad de condiciones para todos los productores europeos.

Así mismo, la Comisión trabaja estrechamente con el Consejo Oleícola Internacional (COI), al que pertenece la UE, para mantener actualizados los parámetros incluidos en la regulación europea, tomando en consideración las normas de comercialización del COI.

Sobre mercados y demanda, la pasada década ha sido testigo de un significativo aumento de las exportaciones europeas de aceite de oliva pasando de 536 000 toneladas durante la campaña 2010/11 a 804 000 toneladas en 2020/21. Un factor que ha contribuido a este magnífico resultado en las exportaciones son los acuerdos de libre comercio alcanzados por la UE en este período, con el objetivo de abrir nuevos mercados, contribuyendo a la generación de empleo y al crecimiento económico. Los recientes acuerdos con Japón, Corea del Sur o los países ASEAN han contribuido a esta mejora de las exportaciones en un continente clave para el futuro del sector.

### Las actividades de promoción

Las actividades de promoción financiadas por la UE, tanto en Europa como en el exterior, tienen un papel destacado sensibilizando al consumidor acerca de las cualidades organolépticas del aceite de oliva y de los beneficios para la salud que proporciona, fomentando el consumo. Durante la pasada década, el sector olivarero ha recibido este tipo de apoyo de la UE para campañas con gran éxito en mercados clave.

Como resultado de estos factores, y con cada vez más consumidores buscando productos saludables y de calidad, la demanda de aceite de oliva podría crecer aún más en los próximos años. En la pasada década el consumo mundial creció un 2.1%, hasta los 3,1 millones de toneladas en la campaña 2020/21, y el pronóstico es que alcance los 3,2 millones en 2021/22. Debido a un consumo per cápita reducido en los mercados destino de nuestras exportaciones, existe un amplio margen de crecimiento del consumo de aceite de oliva en el mundo.

### Los próximos desafíos

La imagen descrita anteriormente no estaría completa sin mencionar los desafíos a los que se enfrenta el sector. La invasión rusa de Ucrania está alterando el correcto funcionamiento de los mercados agrícolas y añadiendo aún más presión a una situación ya compleja en cuanto a costes, en especial energía y fertilizantes.

Como sabrán, la Comisión ha adoptado recientemente la comunicación “Salvaguardar la seguridad alimentaria y reforzar la resiliencia de los sistemas alimentarios”, que aporta medidas a corto plazo necesarias para apoyar la seguridad alimentaria y al sector agrícola, incluyendo EUR 500 millones en ayudas directas a los agricultores y mayor flexibilidad dentro del marco de la PAC.



En el medio/largo plazo, sin ninguna duda el mayor desafío es el cambio climático y las previsiones de eventos climáticos extremos cada vez más frecuentes e intensos (sequías, incendios, etc.) que podrían poner en peligro el olivar en el Sur de Europa. La Comisión mantiene como prioridad estratégica la firme implementación del Pacto Verde Europeo, así como de las estrategias “De la granja a la mesa” y Biodiversidad, ya que es evidente que la resiliencia de nuestro sistema alimentario depende de su sostenibilidad tanto social, económica como medioambiental.

Fuente: [Olimerca](#)

## El sector gourmet griego: una oportunidad para el AOVE español

Las [grasas y aceites](#) forman una parte esencial de la gastronomía griega, especialmente el aceite de oliva, del cual Grecia es uno de los principales productores mundiales. Esta producción está destinada tanto al consumo nacional como a [la exportación](#). El tamaño del mercado griego, medido tanto en valor como en volumen, se mantiene relativamente estable, como corresponde a un sector en estado de madurez.

En el año 2021 Grecia ha aumentado su importación de todas las partidas arancelarias analizadas con respecto al año anterior, lo que ha supuesto un incremento del 37 % en el total de estas, que se situó en 127 millones de euros. La partida arancelaria más importada es la correspondiente al aceite de girasol, cártamo o algodón, que alcanzó los 78 millones de euros. El país líder en exportación de aceites y grasas comestibles a Grecia en el año 2021, en términos de valor, fue Bulgaria, mientras que España ocupa el tercer lugar, y presenta un gran incremento porcentual de las exportaciones a Grecia en el año 2021. España lidera las exportaciones a Grecia en las partidas correspondientes al aceite de oliva, según el estudio de mercado realizado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Atenas.

En cuanto a [las exportaciones griegas de grasas y aceites comestibles](#), en el año 2021 el valor de estas alcanzó los 666,47 millones de euros. La principal partida arancelaria exportada es la del aceite de oliva, por valor de 568 millones de euros. Las importaciones españolas desde Grecia de estos productos ascienden a 25 millones de euros, tras un incremento del 72 % en 2021. La tasa de cobertura total de Grecia para estos productos se sitúa en 523 %, aunque si diferenciamos por partidas arancelarias de aceite de girasol, cártamo o algodón alcanza únicamente el 47 %, mientras que la de margarina se sitúa en el 73 %.

### Consumidores

En cuanto a demanda, entre 2017 y 2021 la misma se ha mantenido estable. Se espera que en los próximos años se produzcan ligeros incrementos en el consumo. Con respecto a las tendencias en



**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

el sector, dada la relevancia que tienen para los consumidores los efectos que los productos alimentarios pueden tener para la salud, se espera que cada vez se consuman más productos categorizados como “ecológico”, “light”, “orgánico” o, en el caso del aceite de oliva, “virgen extra”.

Con respecto a la percepción del producto español en esta categoría de productos, la misma se ve condicionada por el poco volumen de los productos españoles importados, por lo que no existen marcas españolas reconocibles para la mayoría de consumidores. Esto se debe a que Grecia presenta una gran producción propia de las partidas arancelarias que España más exporta.

### Nichos de mercado

En conclusión, a pesar del gran consumo per cápita y de las perspectivas positivas para los próximos años, el mercado de las grasas y aceites comestibles presenta la dificultad de que ya existe una importantísima producción local capaz de abastecer la demanda nacional. Por tanto, el mercado griego, tal y como demuestran las escasas importaciones de este tipo de productos, es extremadamente competitivo en este sector, y está dominado principalmente por las empresas locales. Dicho esto, las importaciones a granel y los nichos para productos de alta calidad claramente diferenciados que entren dentro de la categoría gourmet son las únicas que se observa pueden presentar oportunidades para la oferta española.

Fuente: [Oleorevista](#)

## Exportaciones agroalimentarias a EEUU: seguridad alimentaria e inspecciones de la FDA

[Extenda-Andalucía Exportación e Inversión Extranjera](#) organizará el próximo 19 de mayo en Sevilla un taller en el que se abordará el incremento exponencial de las inspecciones de la Agencia de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA, por sus siglas en inglés) a empresas agroalimentarias que exportan a EEUU a raíz de la pandemia.

En este encuentro se analizará de forma práctica la importancia y repercusión de estas inspecciones y cómo prepararse para afrontarlas. Todo ello de la mano de Gocca Consulting y con la experiencia real de la empresa andaluza Aceites Naturales del Sur, que ha pasado por este proceso.

Según los datos de Extenda, el consumidor norteamericano cada vez demanda más alimentos saludables y sostenibles, como el aceite de oliva, frutas y hortalizas, productos antioxidantes o los probióticos, que también están de moda en la actualidad, ya que estimulan el sistema inmunológico. En cuanto al aceite de oliva, EEUU es el primer mercado en consumo fuera de la Unión Europea y cada vez son más los consumidores americanos que incorporan aceite de oliva a su dieta por razones de salud y calidad.

Asimismo, numerosos estudios apuntan a que más de la mitad de los consumidores norteamericanos están dispuestos a pagar más por productos de calidad y respetuosos con el medio ambiente. Actualmente, EEUU es la primera economía en el mundo, y cuenta con 329 millones de consumidores con una renta per cápita superior a los 60.000 dólares anuales.

Según este organismo, Andalucía ha alcanzado un récord histórico de exportaciones en alimentos y bebidas a EEUU en 2021, con 814 millones de euros en ventas, un 11,8% más que en el año anterior.

Entre los productos más exportados sobresale el aceite de oliva, en primer lugar, con 452 millones y más de la mitad de las ventas, el 56% del total, y un crecimiento del 14,3% interanual.

Fuente: [Mercacei](#)