

Córdoba acogió la presentación del libro 'El fin del sector oleícola (tal y como lo conocemos)'

05/03/2019

GEA Olive Oil y la **Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO)** llenaron el Salón Mudéjar del Rectorado de la Universidad de Córdoba con motivo de la presentación del libro 'El fin del sector oleícola (tal y como lo conocemos)'. Esta innovadora obra editada por GEA reúne 13 artículos de varios especialistas que predicen cómo será el sector oleícola en el plazo de diez años.

El acto fue inaugurado por Ana María Romero, presidenta de AEMO; Enrique Quesada, vicerrector de Investigación de la Universidad de Córdoba y Ricardo Domínguez García-Baquero, director de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero. Romero dejó claro que el futuro del sector oleícola pasa por una apuesta decidida por la calidad y dio las gracias a los olivareros por aumentar su esfuerzo por producir cada vez más Virgen Extra y venderlo por todo el mundo. Por su parte, Enrique Quesada felicitó a GEA y AEMO por la organización de este foro de debate profesional en la capital cordobesa. “Es importante que el sector esté unido y que todas las decisiones que se tomen se basen en el conocimiento, como el que generamos en las universidades”, explicó.

A continuación, Rafael Cárdenas, responsable del Centro de Excelencia para Aceite de Oliva de GEA, coordinador y coautor del libro, junto a José María Penco, director de AEMO y coautor, presentaron el libro. Cárdenas señaló que este libro es “una invitación a la reflexión sobre cómo queremos ver el futuro del sector en los próximos años y a abrir un debate sobre qué actuaciones deben realizarse para afrontar este futuro con garantías. Para 2030, el sector oleícola va a ser muy distinto a lo que es hoy en día: mucho más profesional, moderno y competitivo, con una gran influencia de la tecnología”, señaló. Por su parte, José María Penco explicó que el sector oleícola vive un momento crucial de cambio, por lo que este libro proyecta hacia dónde pueden ir esos cambios en los próximos diez años. “Por la cuenta que nos trae, en 2030 el sector debe ser muy diferente a lo que es ahora. El principal cambio que espero que se produzca es el aumento del consumo internacional de aceite de oliva. España tiene producciones crecientes y es importante que crezca la demanda para conseguir vender todo el aceite de oliva a un precio digno, que es el gran objetivo que tenemos todos”, afirmó.

Finalmente, tuvo lugar una intensa mesa de debate bajo el título 'La encrucijada del sector oleícola', en la que participaron Belén Luque, presidenta de la Asociación Cordobesa de Almazaras Industriales (Acora), José Cano, consejero delegado de Canoliva, Ricardo Domínguez García-Baquero, José María Penco y Rafael Cárdenas. El debate se centró en las perspectivas de futuro del sector de cara al año 2030 y en la actual crisis de precios en origen del aceite de oliva. Los expertos abordaron temas como la influencia de los aforos en el dinero que perciben los agricultores o la necesidad de promocionar los aspectos saludables y gastronómicos para conseguir que el diferencial de precio entre los aceites vírgenes y los lampantes sea más elevado.

El futuro del aceite de oliva, en un libro

Una publicación augura el fin del modelo oleícola actual y abre nuevas perspectivas para esta grasa



Ponentes 8 Participantes en la presentación del libro. - SÁNCHEZ MORENO

[Antonio T. Pineda](#). 05/03/2019

La salud es el bien máspreciado y este es el argumento principal para el futuro del aceite de oliva. Un sector que está atravesando un «momento regular», como lo define el director de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO), José María Penco, coautor del libro El fin del sector oleícola (tal y como lo conocemos), coordinado por Rafael Cárdenas, ingeniero industrial, y editado por GEA.

El libro, que se presentó ayer en el Rectorado, es, según Cárdenas, «una reflexión en voz alta de diferentes autores» (en total son trece los que participan en la obra en diferentes campos) para analizar cómo será el olivar dentro de una década. Lo que más preocupa actualmente, para estos expertos, son el nivel de precios y la transformación de la industria y el cultivo, factores que determinarán el futuro del aceite de oliva virgen extra. Un cambio

https://www.diariocordoba.com/noticias/cordobalocal/futuro-aceite-oliva-libro_1286362.html

que será «abismal», según Cárdenas, tanto para los productores, transformadores como para los consumidores, lo que conllevará que «se pagará más por el producto», un producto que tiene un plus más que otras grasas, el plus de la salud.

En un momento en que los precios están bajando, sin ninguna razón aparente, «solo por los nervios», según apunta José María Penco, el futuro se encuentra en la calidad de este producto, produciendo principalmente aceite de oliva virgen extra, pero buscando la rentabilidad no solo en la venta de aceite, sino impulsando ingresos adicionales a través de la promoción del oleoturismo y mejorando la gestión de subproductos tales como el alperujo y el hueso de la aceituna.

Uno de los elementos principales para la difusión del aceite de oliva es la dignificación del producto, como subraya el director de AEMO, abandonando los aceites refinados y difundiendo el auténtico valor del aceite de oliva virgen extra, la salud, el factor diferencial que hace que aumente las ventas de aceite a nivel mundial, y que su precio sea mayor. El secreto, producir aceite de oliva virgen extra y virgen en un 80%, adelantando la recolección y disminuyendo los costes con cultivos en seto e intensivo.

Las conclusiones, tras los planteamientos de los trece capítulos, debate en el que participaron, entre otros, Belén Luque, presidenta de la Asociación Cordobesa de Almazaras Industriales (Acora) o José Cano, consejero delegado de Canoliva, y moderado por Ricardo Domínguez, director gerente del Patrimonio Comunal Olivarero, fueron más que esperanzadoras. El consumo de aceite de oliva virgen extra en el mundo supone solo el 3% de las grasas. Y este es su punto fuerte, según Cárdenas, pues es «el campo de mejora más importante que existe a nivel mundial, un 97%».

Y estas descomunales expectativas de crecimiento se pueden volver reales cuando se conocen los beneficios sobre la salud, lo que asegura su consumo en el mundo.

Actualidad



Éxito sin precedentes de EVOOLEUM 2019, que prepara novedades y sorpresas para esta edición

Viernes 08 de marzo de 2019

Hoy comienzan las jornadas de cata del Concurso Internacional EVOOLEUM Awards 2019, que reunirán en Córdoba a los mejores catadores del mundo para evaluar las muestras presentadas a esta edición. Según sus organizadores -AEMO y el Grupo Editorial Mercacei-, se trata de la edición más exitosa de una competición que ha superado con creces todas las expectativas y el número de AOVEs recibidos en las ediciones anteriores.

El Centro de Recepción de Visitantes de Córdoba -primera ciudad con cuatro declaraciones de Patrimonio de la Unesco- acoge, hoy y mañana, las sesiones de cata de los EVOOLEUM Awards 2019. Su [jurado](#), compuesto por los 23 catadores más importantes del mundo, evaluará los zumos de España, Italia, Portugal, Grecia, Francia, Croacia, Eslovenia, Turquía, Israel, Marruecos, Chile, Jordania, Arabia Saudí, Sudáfrica, Túnez, Estados Unidos, Malta, Alemania o Japón -éste último como novedad este año- presentados a esta cuarta edición del concurso.

Los resultados de estas sesiones de cata se harán públicos -una vez completado el proceso de comprobación de muestras ante notario- el [próximo 27 de marzo en el](#)

<https://www.mercacei.com/noticia/50452/actualidad/exito-sin-precedentes-de-evooleum-2019-que-prepara-novedades-y-sorpresas-para-esta-edicion.html>

marco de la World Olive Oil Exhibition (WOOE), que acogerá la presentación del esperado EVOOLEUM TOP100 de esta campaña.

Como es habitual, los 100 mejores AOVEs del mundo según los EVOOLEUM Awards figurarán en la próxima edición de la *Guía EVOOLEUM 2020*, junto con una completa ficha informativa -procedencia, características, variedades de aceituna, tipo de olivar, actividades de oleoturismo, certificados Kosher y Halal-, acompañada de una imagen de su envase, puntuación, ficha de cata y maridaje.

"Podemos decir que, hoy por hoy, EVOOLEUM es referencia a nivel mundial", ha asegurado Juan A. Peñamil, editor de la Guía EVOOLEUM, quien se ha mostrado más que satisfecho con los resultados de esta edición. "Productores de todo el mundo han confiado una vez más en este concurso que se ha consolidado como el más prestigioso del mundo, apoyado también por los consultores, importadores y chefs más reconocidos, que utilizan nuestra guía como una herramienta indispensable en la promoción del virgen extra".

Por su parte, José María Penco, director del concurso, ha destacado que "EVOOLEUM ha vuelto a batir el récord de muestras presentadas", al tiempo que ha añadido que "el hecho de haber recibido numerosos AOVEs de países como Japón, Estados Unidos o Arabia Saudí nos ofrece una idea de la proyección internacional que tiene este concurso con tan sólo cuatro ediciones".

Preguntados acerca de las novedades que presenta esta edición, ambos organizadores han informado de que durante los próximos días comunicarán una importante novedad acerca de los EVOOLEUM Packaging Awards. Recordemos que las muestras presentadas a EVOOLEUM compiten también en los Premios al Mejor Packaging, que se dividen en las categorías de Mejor Diseño AOVE Premium, Mejor Diseño Innovador y Mejor Diseño Gama Retail. *Estos galardones, en los que EVOOLEUM fue pionero*, cuentan con su propio jurado seleccionado específicamente para este fin y compuesto por destacadas personalidades del mundo de la moda, el diseño, la fotografía y la comunicación.

Actualidad



El precio del aceite de oliva encadena 23 meses de bajadas con un descenso acumulado de 1,56 euros/kg.

Viernes 15 de marzo de 2019

La [Asociación Española de Municipios del Olivo \(AEMO\)](#) asegura que los olivares encadenan 23 meses prácticamente ininterrumpidos de caídas en el precio en origen del aceite de oliva y denuncia que vuelva a estar por debajo de los costes de producción.

La entidad ha señalado que desde el pasado mes de diciembre el precio que percibe el olivareño por su aceite vuelve a estar por debajo de los costes de producción, tras cuatro años en los que los precios se han situado, al menos, por encima de los costes, por lo que “volvemos de nuevo al insoportable infierno de las pérdidas”.

A su juicio, con el precio actual del AOVE (2,48 euros/kg.) el 75% de los olivares españoles (tradicionales) pierden, de media, 0,25 euros por cada kilo de aceite que producen, si bien en el caso de la categoría lampante la situación es todavía “más dramática”, ya que el precio actual es 1,94 euros/kg., y por tanto la pérdida se sitúa en más de 0,75 euros por kilo producido.

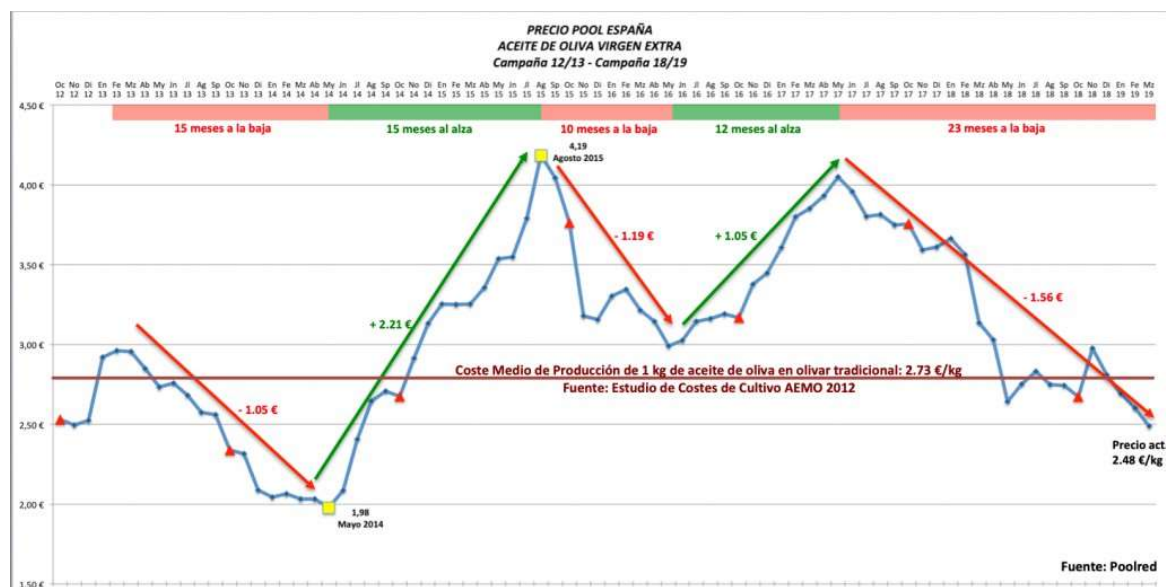
<https://www.mercacei.com/noticia/50496/actualidad/el-precio-del-aceite-de-oliva-encadena-23-meses-de-bajadas-con-un-descenso-acumulado-de-156-euros/kg..html>

Debido a esta situación, AEMO ha lanzado las siguientes preguntas: ¿Está el sector productor dispuesto a seguir vendiendo por debajo de costes? Y si es así, ¿hasta donde pretendemos llegar?; ¿Tenemos derecho los olivareros a tener una renta digna? O, por el contrario, debemos cultivar el olivar para perder renta. Y si es así: ¿Dónde está eso escrito?

También ha planteado: ¿Seremos conscientes algún día de que el consumidor mundial nos ha demostrado durante los últimos cuatro años que está dispuesto a pagar un valor justo por la grasa más sana de todas las conocidas? Si nunca seremos conscientes, ¿es positivo que España encabece la producción mundial de aceite de oliva?

Finalmente se ha preguntado ¿merece España liderar el sector oleícola mundial o debe cambiar de mentalidad para seguir haciéndolo?

“Hace ahora cinco años, cuando vendíamos el virgen extra a 1,98 euros/kilo, escribíamos un artículo donde afirmábamos que o los productores cerramos las bodegas por dentro o, si seguimos malvendiendo el aceite a precios de ruina, tendremos que cerrar definitivamente las almazaras por fuera. Hoy lamentablemente podemos afirmar que la historia se repite”, ha concluido.





Éxito sin precedentes de EVOOLEUM 2019, que prepara novedades y sorpresas para esta edición

Córdoba acogió del 7 al 9 de marzo las Jornadas de cata del Concurso Internacional EVOOLEUM Awards 2019, que reunieron en esta ciudad monumental a los mejores catadores del mundo para evaluar las muestras presentadas a esta edición. Según sus organizadores -AEMO y el Grupo Editorial Mercacei-, se trata de la edición más exitosa de una competición que ha superado con creces todas las expectativas y el número de AOVEs recibidos en todas las ediciones anteriores.

El Centro de Recepción de Visitantes de Córdoba -primera ciudad con cuatro declaraciones de Patrimonio de la Unesco- acogió del 7 al 9 de marzo las sesiones de cata de los EVOOLEUM Awards 2019. Su jurado, compuesto por los 23 catadores más importantes del mundo, evaluó los zumos de España, Italia, Portugal, Grecia, Francia, Croacia, Eslovenia, Turquía, Israel, Marruecos, Chile, Jordania, Arabia Saudí, Sudáfrica, Túnez, Estados Unidos, Alemania o Japón -como novedad este año- presentados a esta cuarta edición del concurso.

Los resultados de estas sesiones de cata se harán públicos -una vez completado el proceso de comprobación de muestras ante notario- el próximo 27 de marzo en el marco de la World Olive Oil Exhibition (WOOE), que acogerá la presenta-

ción del esperado EVOOLEUM TOP100 de esta campaña.

Asimismo, los 100 mejores AOVEs del mundo según los EVOOLEUM Awards figurarán en la próxima edición de la Guía EVOOLEUM 2020, junto con una completa ficha informativa -procedencia, características, variedades de aceituna, tipo de olivar, actividades de oleoturismo, certificados Kosher y Halal-, acompañada de una imagen de su envase, puntuación, ficha de cata y maridaje.

"Podemos decir que, hoy por hoy, EVOOLEUM es referencia a nivel mundial", ase-

guró Juan A. Peñamil, editor de la Guía EVOOLEUM, quien se mostró más que satisfecho con los resultados de esta edición. "Productores de todo el mundo han confiado una vez más en este concurso que se ha consolidado como el más prestigioso del mundo, apoyado también por los consultores, im-

portadores y chefs más reconocidos, que utilizan nuestra guía como una herramienta indispensable en la promoción del virgen extra", resaltó.

Por su parte, José María Penco, director del concurso, destacó que "EVOOLEUM ha vuelto a batir el récord de muestras presentadas", al tiempo que añadió que "el hecho de haber recibido numerosos AOVEs de países como Japón, Estados Unidos o Arabia Saudí nos ofrece una idea de la proyección internacional que tiene este concurso con tan sólo cuatro ediciones a sus espaldas".

Preguntados acerca de las novedades que presenta esta edición, ambos organizadores informaron de que durante los próximos días comunicarán una importante novedad acerca de los EVOOLEUM Packaging Awards. Cabe recordar que las muestras presentadas a EVOOLEUM compiten también en los Premios al Mejor Packaging, que se dividen en las categorías de Mejor Diseño AOVE Premium, Mejor Diseño Innovador y Mejor Diseño Gama Retail. Estos galardones, en los que EVOOLEUM fue pionero, cuentan con su propio jurado seleccionado específicamente para este fin y compuesto por destacadas personalidades del mundo de la moda, el diseño, la fotografía y la comunicación.

www.evooleum.com



SISTEMA TODOLIVO OLIVAR EN SETO & El 100% de tu aceite VIRGEN EXTRA

La manera más rentable de producir aceite



Apto para secano y riego

Todolivo S.L. · Telf. 957 42 17 40 · C/ Ingeniero Torroja y Miret, parc. 22, (Polig. Torrecilla) · (Córdoba) · www.todolivo.com





Profesionales oleícolas debaten sobre el futuro del sector con vistas a 2030

El Salón Mudéjar del Rectorado de la Universidad de Córdoba (UCO) acogió el pasado 4 de marzo la presentación del libro "El fin del sector oleícola (tal y como lo conocemos)", organizada por GEA Olive Oil y la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO). Esta innovadora obra editada por GEA reúne 13 artículos de varios especialistas que predicen cómo será el sector oleícola en el plazo de diez años.

El acto fue inaugurado por Ana María Romero, presidenta de AEMO; Enrique Quesada, vicerrector de Investigación de la UCO; y Ricardo Domínguez García-Baquero, director de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero.

Durante su intervención, Romero dejó claro que el futuro del sector oleícola pasa por una apuesta decidida por la calidad y dio las gracias a los olivareros por aumentar su esfuerzo por producir cada vez más virgen extra y venderlo por todo el mundo; mientras que Enrique Quesada consideró que es importante que "el sector esté unido y que todas las decisiones que se tomen se basen en el conocimiento, como el que generamos en las universidades".

A continuación, Rafael Cárdenas, responsable del Centro de Excelencia para Aceite de Oliva de GEA, coordinador y coautor del libro, señaló que esta obra es "una invitación a la reflexión sobre cómo queremos ver el futuro del sector en los próximos años y pretende abrir un debate sobre qué actuaciones deben realizarse para afrontar este futuro con garantías". "Para 2030, el sector oleícola va a ser muy distinto a lo que es hoy en día: mucho más profesional, moderno y competitivo, con una gran influencia de la tecnología", señaló.

Por su parte, José María Penco, director de AEMO y coautor del libro, explicó que el sector oleícola vive un momento crucial de cambio, por lo que esta publicación proyecta hacia dónde pueden ir esos cambios en los próximos diez años. "Por la cuenta que nos trae, en 2030 el sector debe ser muy diferente a lo que es ahora. El principal cambio que espero que se produzca es el aumento del consumo internacional de aceite de oliva. España tiene producciones crecientes y es importante que crezca la demanda para conseguir vender todo el aceite de oliva a un pre-

cio digno, que es el gran objetivo que tenemos todos", afirmó.

Finalmente, tuvo lugar una intensa mesa de debate bajo el título "La encrucijada del sector oleícola", en la que participaron Belén Luque, presidenta de la Asociación Cordobesa de Almazaras Industriales (Acora); José Cano, consejero delegado de Canoliva; Ricardo Domínguez García-Baquero, José María Penco y Rafael Cárdenas. El debate se centró en las perspectivas de futuro del sector de cara al año 2030 y en la actual crisis de precios en origen del aceite de oliva. Los expertos abordaron temas como la influencia de los aforos en el dinero que perciben los agricultores o la necesidad de promocionar los aspectos saludables y gastronómicos para conseguir que el diferencial de precio entre los aceites vírgenes y los lampantes sea más elevado.



Descubrir el potencial del aceite de oliva tunecino a través de un proyecto para el desarrollo de la cadena de valor

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y el Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD) tienen en marcha un proyecto cuyo principal objetivo es apoyar el desarrollo de la cadena de valor para mejorar la competitividad y aumentar el reconocimiento del aceite de oliva tunecino.

La competitividad y el reconocimiento son los dos pilares sobre los que girará la estrategia de Túnez en el sector del aceite de oliva. Así, todas las actividades del proyecto se desarrollarán en torno a es-

tos dos pilares y ayudarán a la industria oleícola tunecina a proporcionar productos competitivos y diferenciados para sus mercados objetivo, según ha explicado a Mercacei, Lisa Paglietti, economista del Servicio de África del Centro de Inversiones de la FAO.

El proyecto se centrará en mejorar la calidad a través de prácticas mejoradas de producción y post-cosecha y garantizar que los productores puedan acceder y desarrollar mercados de mayor valor añadido. En concreto, según Paglietti, prevé ga-

rantizar que los productores de pequeñas y medianas empresas puedan mejorar los estándares de calidad del aceite, la certificación y los vínculos a lo largo de la cadena de valor.

En este sentido, se prestará especial atención a ayudar a estas empresas a satisfacer las demandas del mercado, mejorar el acceso a la financiación y la inversión, adoptando las herramientas y los métodos más innovadores, como la trazabilidad, los productos orgánicos y las mejores prácticas para los paneles de evaluación.



SE VENDE

Envasadora manual marca Vicman.

Más información: 660 534 652

SE VENDEN

7 decantadores de aceite de 1.500 kg./decantador, marca Herpasur. Estado impecable, han tenido un uso de 8 campañas.

Teléfono: 660 534 652

SE BUSCA

Almazara provincia Tarragona busca maestro de almazara para integrarse en el equipo de molino. Trabajo para todo el año, incorporación inmediata. Maquinaria GEA-Westfalia Separator. Mínima experiencia 5 años en puesto similar.

Más información: 630 825 235

SE VENDEN

Decánters de 2º uso reparados y sin reparar.

Teléfono: 680 690 618

SE VENDEN

Limpiadoras y lavadoras usadas de distintas marcas, así como cintas transportadoras usadas de diferentes medidas.

Interesados, llamar a: 958 405 042 / 958 405 074

VENDEMOS

Decánters usados de distintas marcas en buen estado de funcionamiento.

Más información: 630 900 805

SE VENDEN

Depósitos usados de acero inoxidable para aceite de oliva, de 20.000 a 50.000 kg.

Teléfono: 625 683 192

SE VENDE

Diverso material de laboratorio.

Más información: 618 753 164 (Pilar)

GEA Westfalia Separator Ibérica dispone de un catálogo de maquinaria de segunda mano adquirido a los clientes que han instalado nuestros equipos. Si este perfil de maquinaria de varias marcas se ajusta a sus necesidades, no duden en solicitarnos más información.

oliveoil.wsib@gea.com / Tel.: 953 792 480

Depósitos y Decantadores para aceite OFERTA

Depósitos acero inoxidable de 1.000 a 10.000 l. con y sin patas

Teléfono: 629 199 836

E-mail: info@caldereriainox.com
www.caldereriainox.com

SE VENDE

Línea completa de envasado, marca SISTEN para formatos de 125 ml a 5 L. El sistema de llenado está mejorado y se ha incorporado una pantalla de control para toda la línea.

Para más información llame a: 659 327 227

SE VENDE

Autotec MG 707 revisada por la casa con todos sus accesorios, un filtro ecológico de filtración directa de ZENITRAM FE-1500 prácticamente nuevo y un filtro de papel.

Más información: 958 463 046

VENDEMOS

Decánters y centrifugas de varias marcas de segundo uso y en buen estado de funcionamiento.

Más información: 639 662 170

SE VENDE

Mayor exposición de maquinaria usada de Andalucía para patios de recepción de aceitunas (cintas transportadoras, limpiadoras, lavadoras, pesadoras, etc.), de distintas marcas y tamaños.

Interesados, llamar al 957 600 150
www.treico.com

C a n u a c a t a r i a s

AEMO convoca sus premios a la cultura del olivo y al mejor olivo monumental

La Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) tiene abierta la convocatoria para los concursos con los que cada año reconoce al mejor olivo monumental y la difusión de la cultura del olivo, cuyo plazo de inscripción finalizará el próximo 15 de abril.

El XIII Concurso AEMO al Mejor Olivo Monumental de España tiene como objetivo valorar y ensalzar la majestuosidad de los olivos más monumentales y ancestrales de la geografía española.

Podrán optar al premio todas aquellas personas individuales y entidades públicas o privadas que sean propietarias de un olivo singular.

Además de las candidaturas presentadas por los propietarios, se aceptarán las elaboradas por los ayuntamientos de forma directa u otras personas o entidades que deberán

comprometerse a solicitar autorización al propietario del olivo para que, en caso de resultar premiado, acepte el premio y se haga público el fallo.

Los criterios que se fijan para la valoración del olivo que se presente al Premio son el tamaño, la edad, la producción estimada y su interés estético, histórico o cultural.

Cultura del olivo

Por su parte, AEMO, con el XVII Concurso Nacional a la Difusión de la Cultura del Olivo, pretende reconocer y valorar los trabajos y acciones de promoción y difusión de la cultura del olivo, así como estimular su desarrollo.

Podrán optar a este premio todas aquellas personas individuales y entidades públicas o privadas que consideren haber realizado una labor relevante en cualquier as-

pecto relacionado con la promoción y difusión de la cultura del olivo.

A su vez, se aceptarán las candidaturas presentadas por otras personas, siempre que cuenten con la autorización del autor del trabajo para que, en caso de resultar premiado, acepte el premio y se haga público el fallo.

En cuanto a los temas, deben tratar principalmente sobre el entorno natural, histórico y turístico del olivar, comunicación, educación, nuevas tecnologías, gastronomía y otros de relevancia para la promoción de la cultura del olivar.

Las obras presentadas a concurso podrán estar finalizadas o ser experiencias en ejecución, pero no se valorarán proyectos futuros.

www.aemo.es

Montilla se incorpora a la Asociación Española de Municipios del Olivo

18 de Marzo de 2019



Córdoba.- Montilla se incorpora a la Asociación Española de Municipios

El alcalde de Montilla (Córdoba), Rafael Llamas, junto al concejal delegado de Promoción Económica, Innovación y Turismo, Manuel Carmona, han informado este lunes de la incorporación de la localidad montillana a la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO), que ha sido aprobada en el último pleno de la Corporación municipal.

Según ha indicado el Ayuntamiento de Montilla, el alcalde ha afirmado que "nuestros aceites, por su calidad y excelencia, debían estar dentro de esta red porque son muchos los beneficios que nuestras almazaras y cooperativas van a tener con la incorporación de nuestro municipio a AEMO".

En este sentido, Llamas ha puesto de manifiesto que "el vino es nuestra principal seña de identidad ya que Montilla es conocida universalmente por sus vinos, pero no cabe duda que el aceite producido en nuestra localidad completa la marca Montilla".

La incorporación de Montilla a AEMO había sido solicitada por las almazaras y cooperativas de Montilla, "un sector el oleícola que a nivel económico triplica las cantidades con respecto al vitivinícola, tanto en contrataciones como en ventas", ha indicado el concejal delegado de Promoción Económica, Manuel Carmona.

<https://www.teleprensa.com/cordoba/montilla-se-incorpora-a-la-asociacion-espanola-de-municipios-del-olivo.html.html>

Carmona ha señalado que la incorporación a AEMO "traerá consigo múltiples ventajas y beneficios para las empresas montillanas dedicadas al sector oleícola". Así, se ha referido a la formación que recibirán estas empresas, "que vendrá a mejorar la competitividad" del producto elaborado en Montilla. A nivel promocional, ya que AEMO cuenta con 130 socios a nivel español y además está incluida en la red europea, por lo que servirá para dar un impulso promocional a los aceites montillanos.

Además permitirá contar con la red de catadores a nivel nacional que tiene AEMO, lo que vendrá a cubrir un servicio demandado por las cooperativas y almazaras. Los beneficios se extenderán a nivel de asesoramiento técnico o la presencia en la revista 'Evoeum' que elabora un lista con los 100 mejores aceites.

"Al haber entrado Montilla en este colectivo nuestras empresas pueden beneficiarse de la pertenencia al mismo, con lo que ayudamos a un sector vital para nuestra economía al vincular el aceite producido en Montilla y su calidad con la marca Montilla", ha afirmado Carmona.

Los trabajos para la incorporación de Montilla a AEMO comenzaron el pasado mes de diciembre cuando se mantuvo una reunión entre representantes del Ayuntamiento, con el alcalde a la cabeza, representantes de AEMO y de las almazaras y cooperativas montillanas que significó la puesta en marcha del proceso que ha concluido con la aprobación por el pleno de la incorporación de Montilla a esta asociación.

Los responsables municipales han señalado que la cuota anual será de 1.100 euros, "una cantidad mínima para los beneficios que aportará tanto a Montilla como a las almazaras y cooperativas la pertenencia a la Asociación Española de Municipios del Olivo".

--EUROPA PRESS--

Montilla se incorpora a la Asociación Española de Municipios del Olivo

La incorporación de Montilla a AEMO había sido solicitada por las almazaras y cooperativas de Montilla



MONTILLA ENTRA EN LA AEMO.

- CÓRDOBA

18/03/2019 ·

El alcalde de Montilla, Rafael Llamas, junto al concejal delegado de Promoción Económica, Innovación y Turismo, Manuel Carmona, han informado este lunes de la incorporación de la localidad montillana a la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO), que ha sido aprobada en el último pleno de la Corporación municipal.

Según ha indicado el Ayuntamiento de Montilla, el alcalde ha afirmado que "nuestros aceites, por su calidad y excelencia, debían estar dentro de esta red porque son muchos los beneficios que nuestras almazaras y cooperativas van a tener con la incorporación de nuestro municipio a AEMO".

En este sentido, Llamas ha puesto de manifiesto que "el vino es nuestra principal seña de identidad ya que Montilla es conocida universalmente por sus vinos, pero no cabe duda que el aceite producido en nuestra localidad completa la marca Montilla".

La incorporación de Montilla a AEMO había sido solicitada por las almazaras y cooperativas de Montilla, "un sector el oleícola que a nivel económico triplica las cantidades con respecto al vitivinícola, tanto en contrataciones como en ventas", ha indicado el concejal delegado de Promoción Económica, Manuel Carmona.

Carmona ha señalado que la incorporación a AEMO "traerá consigo múltiples ventajas y beneficios para las empresas montillanas dedicadas al sector oleícola". Así, se ha referido a la formación que recibirán estas empresas, "que vendrá a mejorar la competitividad" del producto elaborado en Montilla. A nivel promocional, ya que AEMO cuenta con 130 socios a nivel español y además está incluida en la red europea, por lo que servirá para dar un impulso promocional a los aceites montillanos.

Además permitirá contar con la red de catadores a nivel nacional que tiene AEMO, lo que vendrá a cubrir una servicio demandado por las cooperativas y almazaras. Los beneficios se extenderán a nivel de asesoramiento técnico o la presencia en la revista 'Evoeum' que elabora un lista con los 100 mejores aceites.

"Al haber entrado Montilla en este colectivo nuestras empresas pueden beneficiarse de la pertenencia al mismo, con lo que ayudamos a un sector vital para nuestra economía al vincular el aceite producido en Montilla y su calidad con la marca Montilla", ha afirmado Carmona.

Los trabajos para la incorporación de Montilla a AEMO comenzaron el pasado mes de diciembre cuando se mantuvo una reunión entre representantes del Ayuntamiento, con el alcalde a la cabeza, representantes de AEMO y de las almazaras y cooperativas montillanas que significó la puesta en marcha del proceso que ha concluido con la aprobación por el pleno de la incorporación de Montilla a esta asociación.

Los responsables municipales han señalado que la cuota anual será de 1.100 euros, "una cantidad mínima para los beneficios que aportará tanto a Montilla como a las almazaras y cooperativas la pertenencia a la Asociación Española de Municipios del Olivo".

Oro Bailén alcanza la cima en la cuarta edición de EVOOLEUM Awards

Miércoles 27 de marzo de 2019

Tras varios años rozando el cielo, *Oro Bailén Picual* lo ha conseguido: mejor AOVE del mundo (EVOOLEUM 2019 ABSOLUTE BEST) en la cuarta edición de los Premios Internacionales a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra EVOOLEUM Awards, promovidos por Grupo Editorial Mercacei y AEMO. Una vez más, España exhibe su poderío al situar a ocho vírgenes extra en el EVOOLEUM TOP10, con la variedad picual como gran protagonista.



Instalado entre los cinco mejores AOVEs del mundo desde la primera edición del certamen, el concurso EVOOLEUM Awards 2019 -celebrado los pasados 8 y 9 de marzo en Córdoba- ha coronado a *Oro Bailén Picual* (Aceites Oro Bailén Galgón 99, S.L.U.) como el mejor aceite de oliva virgen extra del mundo a juicio del prestigioso jurado de los Premios Internacionales a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra, compuesto por 22 de los mejores catadores del mundo provenientes de España, Italia, Grecia, Alemania, Portugal, Israel, Argentina o Japón.

Los resultados del concurso, el selecto EVOOLEUM TOP100, se han conocido esta mañana en el marco de la edición 2019 de la World Olive Oil Exhibition (WOOE), el Encuentro Mundial del Aceite de Oliva que cada año congrega en Ifema Madrid a los principales operadores del comercio internacional de aceites de oliva. En el acto, Juan A. y Pandora Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei y directora de la Guía EVOOLEUM World's TOP100 Extra Virgin Olive Oils, respectivamente; y José María Penco, director de AEMO y del concurso EVOOLEUM Awards, desvelaron en medio de un ambiente de gran expectación el palmarés de la cuarta edición de un concurso que ya se ha convertido en toda una referencia en el panorama internacional por su absoluto rigor y fiabilidad, así como por el altísimo nivel de los AOVEs presentados.

<https://www.mercacei.com/noticia/50557/actualidad/oro-bailen-alcanza-la-cima-en-la-cuarta-edicion-de-evooleum-awards.html>

Más de 600 muestras han concurrido a la cuarta edición de EVOOLEUM Awards -un 15% más que en la anterior-, que ha contado con la participación de zumos procedentes de España, Italia, Portugal, Grecia, Francia, Croacia, Eslovenia, Turquía, Israel, Marruecos, Chile, Jordania, Arabia Saudí, Sudáfrica, Túnez, Estados Unidos, Malta, Alemania o Japón –una de las novedades de este año-.

Con la misma puntuación que el ganador (95), *Valdenvero Hojiblanca*, de la Sociedad Cooperativa Olivarrera de Valdepeñas (Colival), se ha aupado al segundo lugar del podio, completado por *El Santuario de Mágina* (94 puntos), de la S.C.A. San Isidro Labrador. El resto del TOP10, de claro dominio español, está formado por *Almaoliva Bio* (Almazaras de la Subbética, S.C.A.), *Origini* (Oliocru, S.R.L.), *Don Gioacchino* (Azienda Agricola Sabino Leone), *Fuente Ribera* (Manuel Molina Muñoz e Hijos, S.L.), *Maquiz Picual* (Aceites de Maquiz, S.L.), *Puerta de las Villas* (S.C.A. San Vicente de Mogón) y *Cladivm* (Aceite Aroden Hispania, S.L.). En total, ocho AOVEs españoles y dos italianos; una hegemonía que se refleja en el TOP100 de EVOOLEUM Awards, con nada menos que 81 representantes españoles, 12 italianos, 4 portugueses, 2 croatas y 1 esloveno. Europa, al poder.

Triunfadores por categorías

En el resto de categorías, *Oro Bailén Picual*, con seis galardones, figura como el gran triunfador al proclamarse también Mejor Monovarietal, Mejor Frutado Verde, Mejor de España y Mejor Picual -45 de los 100 mejores vírgenes extra del mundo son monovarietales de picual o coupages que llevan esta variedad-. *Almaoliva Bio*, por su parte, se alza con tres trofeos al sumar al cuarto puesto del EVOOLEUM TOP10 los correspondientes al Mejor Coupage y Mejores 3 de Producción Ecológica -clasificación que completan *LivesOlives Bio*, de Sánchez Fernández de Rute, S.L.; y *Ortice Riserva*, de Tenuta Romano, S.R.L.-; al igual que sucede con dos excelentes zumos italianos, el monovarietal de casaliva *Origini*, que a su quinto puesto en el TOP10 añade sus galardones como Mejor Mezcla de Verde-Maduro y Mejor de Italia; y *Don Gioacchino* (sexto lugar en EVOOLEUM TOP10, Mejor DOP Italia y Mejor Coratina).

Con dos trofeos aparecen *Valdenvero Hojiblanca* (segundo en EVOOLEUM TOP10 y Mejor Hojiblanca); *El Santuario de Mágina* (tercero en EVOOLEUM TOP10 y Mejor DOP de España); *Sierra Oliva*, de Aceites Vadolivo, S.L. (Mejor Frutado Maduro y Mejor Arbequina); y una de las novedades de esta edición, *Olea Capris*, de Olea Capris Z.O.O. (Mejor DOP Eslovenia y Mejor de Eslovenia).

Finalmente, con un galardón -al margen del EVOOLEUM TOP10- figuran *Brist Premium Sta. Margherita*, de Brist D.O.O. (Mejor de Croacia); *Cabeço das Nogueiras Premium*, de SAOV-Sociedade Agrícola Ouro Vegetal, S.A. (Mejor de Portugal); *Oleum Hispania*, de Molino Virgen de Fátima, S.L. (Mejor Pajarera); *Az-Azeytun*, de Comercial Az-Azeytun XCIII, S.L. (Mejor Empeltre); *Villa Magra Grand Cru*, de Frantoio Franci, S.R.L. (Mejor Frantoio); *Artajo 10 Koroneiki*, de Aceite Artajo-S. Agroebro, S.L. (Mejor Koroneiki); *Mueloliva Picuda*, de Muela-Olives, S.L. (Mejor Picuda); *Guidaroli Sierra de*

Cazorla, de Aceites Vadolivo, S.L. (Mejor Royal); y *Vieiru Ecológico DOP Gata-Hurdes*, de Almazara As Pontis-Agropecuaria Carrasco, S.L. (Mejor Manzanilla Cacereña).

Como es habitual, los 100 mejores AOVEs del mundo según los EVOOLEUM Awards figurarán en la próxima edición de la *Guía EVOOLEUM World's TOP100 Extra Virgin Olive Oils* -de periodicidad anual y editada en inglés y castellano, y disponible también en una *app* para iOS y Android- mediante una completa ficha informativa que incluye su procedencia, características, variedades de aceituna, tipo de olivar, actividades de oleoturismo, certificados Kosher y Halal, etc.-, acompañada de una imagen de su envase, puntuación, ficha de cata y maridaje.



EVOOLEUM Packaging Awards abre una convocatoria extraordinaria para elegir a los AOVEs más bellos del mundo

Por primera vez desde que se organizan los EVOOLEUM Awards, los Premios Internacionales a la Calidad del AOVE, los organizadores de esta competición -AEMO y Grupo Editorial Mercacei- abren una convocatoria extraordinaria para participar en los EVOOLEUM Packaging Awards. Si bien todos los AOVEs inscritos en los EVOOLEUM Awards 2019 ya participan automáticamente en este concurso de packaging, esta segunda convocatoria -cuyo plazo de inscripción y recepción de muestras finaliza el 26 de abril- supone una oportunidad para todos aquellos productores que deseen inscribirse solamente en este apartado. ¿Tienes el packaging de AOVE más bello del mundo? Este es tu concurso.

Además de premiar a los 100 mejores aceites de oliva vírgenes extra del planeta, el Concurso Internacional EVOOLEUM Awards no es ajeno a una realidad que ha experimentado una auténtica revolución creativa en los últimos años: la referida al packaging, es decir, la presentación y cuidado diseño de los envases que contienen el preciado oro líquido. De ahí que los Premios al Mejor Packaging de AOVE -toda una novedad en un Concurso de estas características- reconozcan a los mejores diseños en las categorías de Mejor Diseño AOVE Premium, Mejor Diseño Innovador y Mejor Diseño Gama Retail.

Debido a la alta demanda, por parte de los productores de todo el mundo, de crear un apartado especial para este concurso, los organizadores de EVOOLEUM han decidido abrir una convocatoria extraordinaria para los EVOOLEUM Packaging Awards. "Muchos productores deseaban participar en esta categoría, pero no podían hacerlo debido a algunos de los requisitos de las bases de EVOOLEUM, como el volumen mínimo de producción, por ejemplo", ha destacado Juan A. Peñamil, director de la Guía EVOOLEUM, quien ha querido resaltar que con esta acción "pretendemos ayudar a todos los productores que invierten en su imagen de marca y cuidan su producto a promocionarlo por todo el mundo".



Un jurado único

El jurado de los EVOOLEUM Packaging Awards -seleccionado específicamente para estos premios- está formado por destacadas personalidades del mundo de la moda, el diseño y la comunicación.

La fotógrafa española con mayor proyección a nivel mundial y Premio Nacional de Fotografía, Isabel Muñoz; el afamado diseñador de moda Ángel Schlesser; el chef y restaurador Javier Bonet, creador de espacios de referencia en Madrid como Sala de Despiece; la directora de estilismo y responsable de comunicación Ana López de Letona; la influencer y relaciones públicas Cayetana Vela, creadora de LuxuryComm, la primera empresa de lujo digital de España, y del blog

Miss & Chic; la periodista y blogger Teresa de la Cierva, miembro de la Real Academia de Gastronomía; y la reconocida galerista madrileña Blanca Berlín conforman este jurado de carácter abiertamente multidisciplinar y reconocido prestigio en cada una de sus áreas de actuación, con el talento y la creatividad como nexo común.

Un espacio destacado en la Guía

Al igual que el EVOO TOP100 reúne a los 100 mejores aceites de oliva vírgenes extra del mundo, todos los AOVEs premiados en los Packaging EVOOLEUM Awards figurarán en la edición 2020 de la Guía EVOOLEUM World's TOP 100 Extra Virgin Olive Oils -editada en castellano e inglés en papel y app- a través de una completa ficha descriptiva e informativa de cada uno de los zumos galardonados acompañada de una imagen del envase.

Se trata de una Guía única en el mundo en su categoría, de la que se imprimen 10.000 ejemplares que se distribuyen a todo el segmento restauración y gourmet, así como a los importadores a nivel internacional. Asimismo, Mercacei acude con ella, con stand propio, a todas las grandes ferias gastronómicas de las principales capitales.

Todos los productores interesados pueden inscribirse en www.evooleum.com.

SISTEMA TODOLIVO OLIVAR EN SETO & El 100% de tu aceite VIRGEN EXTRA

La manera más rentable de producir aceite



Apto para secano y riego

Todolivo S.L. - Telf. 957 42 17 40 - C/ Ingeniero Torroja y Miret, paro. 22, (Polig. Torrecilla) - (Córdoba) - www.todolivo.com



WOOE 2019: Internacionalización, catas y mucho aceite de oliva

La octava edición de la World Olive Oil Exhibition (WOOE), que se celebrará los próximos 27 y 28 de marzo en Ifema (Madrid), contará con un atractivo programa de conferencias en el que destacará la presencia de numerosos expertos internacionales. Además, el primer día del encuentro, a las 13 horas, se presentarán en primicia y en exclusiva los 100 mejores aceites de oliva vírgenes extra del mundo según los resultados del Concurso Internacional EVOOLEUM Awards, y que figurarán en la próxima *Guía EVOOLEUM 2020*.



En concreto, Joseph Profaci, director general de la Asociación Norteamericana para el Aceite de Oliva (NAOOA, por sus siglas en inglés); Alexandra Kicenik, cofundadora de Extra Virgin Alliance; Simon Poole, médico y experto internacional en la Dieta Mediterránea; y Abdellatif Ghedira, director ejecutivo del Consejo Oleícola Internacional (COI), son algunos de los ponentes de esta edición.

Así, Alexandra Kicenik regresa a la WOOE acompañada por Johnny Madge, comunicador y crítico británico de aceites afincado en Italia; y Malcolm Gilmour, importador y escritor británico, para debatir en *"Cuenta, cata y conquista: cómo comunicar la experiencia virgen extra"*.

Por su parte, Abdellatif Ghedira hablará de las cifras actuales del sector y participará en la presentación del manual *"La olivicultura internacional: difusión histórica, análisis estratégico y visión descriptiva"*;

mientras que Joseph Profaci presentará los resultados del estudio de la NAOOA sobre los usos y costumbres del consumidor estadounidense.

Asimismo, la Universidad de Yale (Estados Unidos) presentará el Instituto para el Aceite de Oliva de la Facultad de Salud Pública de la mano de dos de sus profesores, Vasilis Vasilou y Tassos Kyriakides.

Por otro lado, Felipe Medina, responsable de la Asociación Española de Distribuciones, Autoservicios y Supermercados (Asedas); y Rafael Ansón, presidente de la Real Academia Española de Gastronomía, hablarán sobre la tendencia en el consumo del aceite de oliva, las interacciones con la distribución, la industria del procesado alimentario y las preferencias gastronómicas del consumidor.

A su vez, intervendrán en este encuentro el secretario general de la DOP Baena, José Manuel Bajo, que hablará sobre *"El*

valor de la marca: aceite con DOP"; y la cofundadora y directora técnica de la Escuela Superior de Aceite de Oliva, Susana Romero, que abordará la profesionalización del sector oleícola.

También se celebrará la mesa redonda *"Consideraciones en torno al consumo de aceite de oliva. El papel de la industria conservera, la restauración y la sofisticación de usuario"*, en la que participarán el vicesecretario general de la Asociación Nacional de Fabricantes de Conservas, Roberto Carlos Alonso; el director comercial de Nielsen España, Pedro J. Domínguez; y Alberto Moya, empresario y propietario del restaurante Bogavante del Almirante de Madrid.

Además, en el marco de la presentación de *"El estado actual de la olivicultura, superficie, oferta y demanda. Tendencias, retos y estrategias de futuro"* intervendrán el consultor estratégico Juan Vilar; Monji Msallem, investigador en el Institut de L'O-



livier; Antonio Guerreiro, Europe Sales & Global Sourcing Manager en Boundary Bend Ltd.; Jorge Pereira, profesor de genética de la Universidad de la República; y Samir Sayadi, investigador titular en el Ifapa, que hablarán sobre Europa, Asia, Oceanía, América y África, respectivamente.

Asimismo, expertos como José Alba y Marino Uceda presentarán el manual sobre "Elaboración de aceite de oliva virgen de calidad. Consideraciones desde la experiencia y el conocimiento".

Resultados y cata de EVOOLEUM

La WOOL acogerá un año más en primicia la presentación del TOP100 de EVOOLEUM, es decir, los 100 mejores AOVEs del mundo que aparecerán en la próxima Guía EVOOLEUM 2020. Asimismo, el día 28 a las 11:00, José María Penco, director del concurso EVOOLEUM, dirigirá una cata de algunos de los vírgenes extra elegidos en los EVOOLEUM Best of Class Awards.



DAVID
PÉREZ CASTAÑEDA

INTERMEDIACIÓN DE
ACEITES DE OLIVA A GRANEL

Agente Comercial Colegiado nº 1018

C/ Julio Romero de Torres, 59
14800-Priego de Córdoba
☎ 675 93 55 27
davidperezcastaneda@gmail.com
www.davidperezcastaneda.com

Catas

El programa de catas, realizará un recorrido por los AOVEs de Extremadura; las DOPs Campo de Calatrava, Campo de Montiel y Montes de Toledo; "Jaén Selección 2019"; Marruecos; Córdoba -con la presencia de zumos de las DOPs Baena, Lucena, Montoro-Adamuz y Priego-; y Toledo.

Por su parte, el cocinero de A Horta D' Obradoiro (Santiago de Compostela) llevará a cabo un showcooking con AOVE y realizará un recorrido gastronómico, paisajístico y tu-

rístico por los orígenes de los vírgenes extra premiados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Delicatessen with Olive Oil

Por otro lado, el jueves 27 de marzo a las 11.45 horas tendrá lugar la entrega de premios de la segunda edición de Delicatessen with Olive Oil, cuyo objetivo es reconocer la calidad de aquellos productos que utilizan el aceite de oliva como ingrediente.

Los ganadores han sido seleccionados de entre medio centenar de muestras aceptadas procedentes de Andalucía, Cantabria, Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha, Extremadura, Madrid y Murcia.

En la categoría aceite de oliva como ingrediente principal han resultado premiados *Umbra esencia de bosque*, de la almazara Deortegas (Primer Premio); *Perlas de AOVE*, de Elayo (Segundo Premio); *Caviar de AOVE*, de Olisierra (Segundo Premio); y *Jalea de AOVE con naranja*, de Aceite Novecientos (Tercer Premio).

En la modalidad aceite de oliva como ingrediente mejorante, se han otorgado dos primeros premios para la *Crema untible de Cacao*, *Avellanas* y *Aceite de Oliva Virgen Extra*, de Sacesa Selección; y *Oleocao*, de Oleícola de Jaén; mientras que el segundo premio ha sido para *Patatas fritas San Nicasio*, de San Nicasio; y el tercero para la *Mermelada con espirulina* de la Almazara Molero Mazas.

En la categoría aceite de oliva como elemento de conservación, el jurado -compuesto por parte del equipo organizador de la World



VARGACEITE
Agentes, S.L.

Empresa intermediaria en todo tipo de operaciones comerciales a granel de aceites de girasol, de oliva, orujos y otros.
Distribuidor de venta de la firma CuatroPétalos Gourmet - Aceite de Oliva Virgen Extra

CuatroPétalos
gourmet



vargaceite@vargaceite.com | www.vargaceite.com
C/ Historiador Juan Manzano, 2. 1º G - 41089 Montequinto
Sevilla | España
+34 954 12 90 37 / +34 607 56 44 43

cuatropetalos@cuatropetalos.com | www.cuatropetalos.com
+34 627 45 06 25 +34 625 21 77 00



Análisis de la situación de los precios del aceite de oliva: causas, soluciones y previsiones

Para analizar los bajos precios en el mercado del aceite de oliva, en Mercacei hemos recabado la opinión de algunos productores, expertos y operadores del sector con el fin de abordar las causas y posibles soluciones a esta situación. Para ello, les hemos preguntado:

1. ¿A qué se debe la situación actual de precios en origen en España?
2. ¿Cómo se podría revertir esta situación? ¿Existe realmente un problema estructural en el sector para que se produzcan estas oscilaciones de precios entre campañas?
3. ¿Qué crees que ocurrirá en los próximos meses?



Álvaro Olavarriá, director gerente de Oleoestepa

1. Se debe a varias razones. Por un lado, se han producido tensiones en varios frentes que han desencadenado mucho desorden en la oferta. Por otro lado, los datos de producción en España hasta febrero han sido superiores a las estimaciones y aforos oficiales realizados y apuntan a un probable nuevo récord. España acapara este año más del 65% del total de disponibilidades mundiales de aceite de oliva, lo que nos llevará a un stock de enlace mundial normal pero concentrado todo en nuestro país, frente al reparto de otros años entre varios países productores.

2. A corto plazo sólo la climatología puede revertir esta situación y a medio plazo es posible con una organización de la oferta. Hasta hoy no tenemos un problema estructural. La volatilidad de los precios en las materias primas es directamente proporcional a la comoditización y pérdida de valor. Debemos tomar nota de que hay más volatilidad en un lampante que en un virgen extra.

3. Los próximos meses son normalmente los mejores y superaremos la cifra exportada de 1.100.000 toneladas de la campaña 2013/14. También el consumo nacional, que crece a un 2,7%, recuperará parte de lo perdido en años anteriores. Los AOVEs escasean este año y se mantendrá el actual diferencial de precios de más de 600 euros/t. con el precio del lampante. En nuestras manos está defenderlos.



José María Penco, director de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO)

1. La campaña en España toca a su fin con una producción cercana al récord, lo que unido a la necesidad de hacer caja para afrontar gastos por parte de los agricultores provoca que la oferta sea importante y se concentre en estas semanas, y siendo así los compradores se encuentran en una posición cómoda, viéndolas venir y "esperando" hacer sus operaciones a precios bajos. Sin embargo, la baja producción en el resto de países hace que la campaña sea equilibrada y por tanto no hay razones objetivas para un derrumbe de precios tan importante y acelerado como el que se está produciendo.

2. A corto plazo la única manera de revertir la situación es no vender por debajo de costes. A medio plazo debería implementarse la autorregulación del sector a través de la Interprofesional, así como la activación del almacenamiento privado, pero con precios actualizados a la realidad. A largo plazo la única solución es ampliar mercados exteriores y que logremos aumentar la demanda.

3. Todo dependerá de la climatología. De momento, los últimos meses están siendo secos en España y, por tanto, si se confirma la falta de precipitaciones el precio se recuperará; sin embargo, si la primavera es húmeda y las condiciones de la floración son favorables será difícil recuperar precios a corto plazo.



Juan Vilar Hernández, analista oleícola internacional, CEO de Juan Vilar Consultores Estratégicos y profesor permanente de la UJA

1. Los condicionantes que han motivado esta caída de precios han sido varios. En primer término, existía en las almazaras un elevado stock que se había mantenido esperando una subida de precios, y el comienzo de la campaña precipitó la salida de estos aceites almacenados. Otro factor es la constricción del consumo y, por último, el elevado stock internacional con el que se comenzó la campaña, unido al elevado en la actual temporada, han manifestado unas expectativas de oferta que superan a las del consumo futuro.

2. La promoción del producto para un potencial incremento de la demanda, ante una caída del consumo interno en los principales mercados maduros (España, Italia, Grecia, Portugal, Túnez y Jordania), y estabilización en mercados como el de Estados Unidos. Y a través de estrategias encaminadas al incremento de renta del sector en origen, mejorando los precios y optimizando los costes.

3. Lo más adecuado sería optar, cuanto antes y de forma urgente, por incentivar el incremento de la demanda de forma dirigida y coordinada.

Jesús Cuervas, CEO de Jesús Cuervas, Aceites y Derivados

1. La cosecha en España es muy importan-





te, mayor de lo esperado. Una vez resueltas las dudas generadas al principio de la recolección (rendimientos, acierto del aforo...), los precios se han ido acoplado a los niveles habituales para años con excedentes elevados, a pesar de la mala producción en otros países.

2. En mi opinión es un problema estructural mientras el productor no asuma, sin regulación pública, el almacenamiento de excedentes de campañas largas para venderlos en campañas cortas.

3. Creo que el mercado está en niveles muy bajos de precios, así que es difícil esperar grandes disminuciones a partir de ahora. No obstante, la falta de lluvias, en el caso de continuar, podría provocar un cambio de tendencia y una moderada subida de los precios.

Luigi Caricato, director de Ollo Oficina

1. Los precios del aceite en Italia, aunque son más elevados que en otros países productores, no satisfacen a

los operadores, especialmente a la parte agrícola, que es la más sacrificada. A pesar de la baja producción, los precios, en lugar de subir, se mantuvieron como estaban, como siempre. Esta situación es anómala y se debe en parte a la tendencia a mantener el aceite de oliva de la campaña anterior como reserva para necesidades futuras, dado que se esperaba un año negativo.

LEONARDO D'ERRICO

610 785 192 - 953 301 100

**INTERMEDIACIÓN
ACEITES DE OLIVA**

NUESTRA ESTRATEGIA: LA CONFIANZA

**ACEITES
TUCCITANO S. L.**
olive oil Brokerage

info@accitestuccitanos.com
www.accitestuccitanos.com

2. En Italia todos los problemas son estructurales y es complicado encontrar una solución. La cadena de suministro italiana está muy dividida y fragmentada, con terribles y agotadoras luchas internas. El hecho de que no seamos autosuficientes es un gran problema; Italia sufre fuertes fluctuaciones de precios desde España, con el resultado de que el consumidor permanece desorientado.

3. Lo que sucederá en los próximos meses no se sabe, seguramente la situación no cambie mucho, porque cada año el fenómeno de los precios vuelve a ser el mismo. El problema real e importante es que los consumidores no están dispuestos a gastar cifras altas en el aceite de oliva virgen extra. Falta una cultura de producto y la compra predominante es solo a partir del precio más barato. La solución, tal vez, podría ser la creación de una "Bolsa" gestionada fuera de los principales países productores y destinada a aumentar las cotizaciones de la ma-

teria prima, que ya que se aplica con éxito en otros sectores, como el del café, donde se registra el crecimiento del consumo y un aumento sustancial de los precios de la materia prima.

Rafael Gutiérrez, director de Operaciones de Graneles de Dcoop



1.- A un incremento en la producción en España respecto al año pasado de más de un 30% que nos llevará a rondar el récord histórico de producción. El aumento y generalización de las ventas individualizadas de los agricultores ha provocado que esta oferta se incremente frente a una demanda concentrada, que en algunos momentos genera bruscas caídas de precios.

2.- Está claro que hay que aumentar el consumo y ser competitivos en toda la cadena de valor. Además, es necesaria la concentración de la oferta, que es una solución estructural para momentos de este tipo.

3.- Todo va a depender de las lluvias de primavera. Tenemos que planteamos solucionar el problema desde el sector, independientemente de las ayudas que se puedan conseguir desde fuera para paliarlo.



Francisco Serrano, presidente de Almazaras de la Subbética

INDUSTRIAS DE LA ROSA

MAQUINARIA OLEÍCOLA

ALMAZARAS, MICROALMAZARAS, CALDERAS DE BIOMASA E INSTALACIONES DE CALEFACCIÓN

AUTOVIA DE ANDALUCÍA, Km. 358 • Apdo. de Correos, 17
Tlf. 957 160 034 Fax 957 160 450
4600 MONTORO (Córdoba)
www.industriasdelarosa.com
industriasdelarosa@industriasdelarosa.com

Caldera de Biomasa

Termobatidora

Bomba mecánica

ALMAZARA MÓVIL ECOLÓGICA

Conjunto Batidora con Molino para Molienda por Lotes



1. El exceso de producción de aceite ha sido el desencadenante de la caída de precios en la actual campaña.

2. La única forma de revertir esta situación es fomentando e incrementando el consumo, tanto interno como externo, de aceite de oliva.

3. Si se gestiona bien la producción de aceite se podrá mejorar la situación. La evolución futura de los precios va a depender de la climatología durante la próxima primavera.



Luis Miguel Algar, director de Compras de Deoleo

1. Desde los meses de febrero y marzo del año pasado, con las lluvias, los precios han ido descendiendo y desde entonces hemos tenido un mercado poco operativo. Los mercados poco dinámicos debilitan los precios.

2. La situación ahora es complicada y la gestión que se haga de la oferta es importante. Hay disponibilidad de aceite suficiente y las salidas, por buenas que sean en meses futuros, van a dejar un enlace amplio. La estrategia de venta a pérdidas tiene grandes riesgos, uno de ellos es el nulo valor que aporta a la categoría. No hay una regulación, se obedece a la oferta y demanda, lo que provoca que en mercados al alza, de carencia, puedas vender cada vez más caro (aunque también colapsa, como hemos podido ver), pero en situaciones de este tipo el suelo de precio no está definido. Es una realidad que la gestión de venta en los mercados al alza es más sencilla, pero cuando estos bajan, es donde realmente hay que definir una estrategia y gestionarla.

3. Desgraciada o afortunadamente, algunas de las variables que más inciden en el precio del aceite de oliva son aquellas que no se pueden controlar, como la climatología. Entiendo que el mercado ha descontado precios ya, por lo que podemos continuar en esta línea, con ligeras variaciones, en función de que se active o no la demanda. Es difícil, pero ahora es

momento de mantener la calma, queda año todavía para negociar tanto en la venta como en la compra.



Eduardo Valverde, gerente de SCA San Sebastián (Conde de Benalúa)

1. El problema de la caída fulminante de precios se debe a la configuración del sector oleícola español, muchísimos produciendo granel y pocos operando como envasadores/comercializadores. En cuanto hay algo más de oferta que demanda, se tiende a proyectar la imagen de caída de precios y por repetición en el tiempo acaba pasando y estableciendo movimientos automáticos.

2. La solución pasa por asumir que las fechas y previsiones de consumo condicionan la producción y la oferta de la misma. Necesitamos más vocación comercializadora (mundial) y menos sentido productor. Hay que ajustar la oferta a la demanda y es responsabilidad de la producción que esto sea eficiente, y retirar excedentes.

3. De cara a los próximos meses, contando con tipos de interés bajos, el precio dependerá de las expectativas de cosecha, en definitiva, del agua que caiga.



Mauro Meloni, director de CEQ Italia

1. La presencia de un volumen de producto indiferenciado en situaciones de estan-

camiento del mercado puede desencadenar fácilmente una caída de los precios. El fenómeno debe estudiarse en profundidad para comprender realmente qué tipos de compañías operan en esta situación y con qué lógica, tanto en el lado de la oferta como en el de la demanda, para evaluar si los operadores capaces de manejar grandes volúmenes pueden beneficiarse de un dumping prolongado para neutralizar competidores; o se trata de un fenómeno más estructural con un mercado de productos básicos que está comenzando a competir solo en precio y, por lo tanto, en eficiencia de costes.

2. Es necesario trabajar en el lado de la demanda, en la cultura del producto, en su conocimiento, en el valor percibido, promoviendo una segmentación de consumidores correlacionada con las características, usos y elementos distintivos de los AOVEs. El problema también tiene un componente estructural relacionado con la necesidad de vender el producto lo antes posible para recuperar un año de inversiones, a lo que se une un componente especulativo. También echo en falta el hábito de firmar contratos a largo plazo que podrían crear una mayor estabilidad de precios y distribuir riesgos entre la cadena de suministro.

3. El mercado ya ha alcanzado un nivel de precios mínimos.



Duccio Morozzo della Rocca, director de The Olive Bureau

"Es una vergüenza que el precio del aceite pueda estar tan bajo.

Yo creo que existe una falta de equilibrio entre quien produce y quien envasa. En los próximos meses no cambiará mucho el precio y me pregunto qué ocurrirá con la próxima temporada. ¿Tendremos una producción abundante? Si no encontramos un balance sostenible en toda la cadena del aceite será imposible aguantar esta situación durante muchos años más".