

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

6 de octubre de 2022



HOY ES NOTICIA:

Europa da por hecho que la cosecha oleícola será un 25% menor y alerta sobre una bajada del consumo.

El 3% del olivar en seto aporta un 36% del AOVE elaborado en el mundo.

La Revitalización de la Dieta Mediterránea.

Empack y Logistics & Automation celebrarán su edición más ambiciosa con nuevas áreas y más de 200 expertos.

Japón, mercado con grandes oportunidades para el aceite de oliva.



Siéntete parte de la agricultura del futuro

En CaixaBank queremos apoyar a todas las personas que transformáis el sector agroalimentario. Por ello, hemos creado el mayor **ecosistema de innovación agro** con el que podremos poner en marcha nuevos proyectos de digitalización, dar un impulso a jóvenes y mujeres a través de la innovación y ofrecer acceso a Fondos Next Generation EU para una agricultura sostenible.

Entra en cualquiera de nuestras más de 1.600 oficinas, que cuentan con más de 3.000 gestores especializados, o en [CaixaBank.es/agrobank](https://www.caixabank.es/agrobank) y siéntete parte de la nueva era del mundo agro.



Europa da por hecho que la cosecha oleícola será un 25% menor y alerta sobre una bajada del consumo

La Comisión Europea, a través de su Informe de Perspectivas Agrícolas, también ha advertido sobre una drástica reducción de la cosecha de aceite de oliva a nivel europeo.

Según explica la CE, «el calor durante el periodo de floración, combinado con el déficit hídrico durante el crecimiento de las aceitunas», ha repercutido negativamente en la producción de cara a 2022/23. Cabe recordar que en Andalucía, principal región productora, la cosecha será de 587.000 toneladas, lo que supone un 49% menos que en la pasada campaña y un 47,5 % menos que la media de las últimas cinco campañas.

Solo Grecia podría recuperarse

Europa, en concreto, cifra la bajada de aceite de oliva en torno al 30% en Italia y España. En el caso de Portugal, «las condiciones climatológicas adversas podrían compensarse en cierta medida con la producción en sistemas más intensivos situados en el Alentejo, menos afectados por la sequía». En concreto, prevé una bajada de la cosecha del 40% respecto al año pasado.

Entre los principales países productores de la UE, solo Grecia «podría recuperarse y abastecer el mercado interior».

Menos exportaciones

Sin embargo, la brusca caída de aceite de oliva en los principales productores, en particular en España, hace que las previsiones se sitúen 1,7 millones de toneladas (un 25% menos que el año pasado y un 20% menos la media de los últimos 5 años).

Además, la Comisión Europea avisa de que, a pesar de las elevadas existencias finales de la de la campaña anterior (625000 toneladas), la disponibilidad inicial en 2022/23 podría ser la más baja en comparación con las 5 campañas anteriores. No obstante, «una buena cosecha prevista en Túnez (alrededor de 250 000 toneladas) podría permitir una cierta liberación de existencias y, por lo tanto, se prevén mayores importaciones de la UE (200 000 toneladas)».

De otro lado, las exportaciones de la UE podrían caer en un 10%, suponiendo un empeoramiento de las perspectivas económicas y, por tanto, una menor demanda en los mercados más sensibles en los precios.

Por otro lado, la menor disponibilidad en los principales países productores de la UE y la continua presión sobre los precios al consumo «podrían llevar a la bajada del consumo de hasta un 9% en la UE».

Fuente: [Sevilla ABC](#)



Una apuesta sectorial por la calidad
DESCUBRE AQUÍ EL PROYECTO



El 3% del olivar en seto aporta un 36% del AOVE elaborado en el mundo

El Olivar en Seto, suponiendo tan solo algo más del 3 por ciento de la superficie de olivar del planeta, genera el 36 por ciento del total del AOVE elaborado en el mundo. El estudio de Agromillora lo ha realizado Juan Vilar Consultores Estratégicos y ha sido presentado en el marco de la feria hortofrutícola Fruit Attraction en Madrid. El objetivo de dicho estudio es el de explicar el impacto del Olivar en Seto en la olivicultura mundial en términos de eficiencia, sostenibilidad y biodiversidad en combinación con un uso más óptimo de la tierra y el agua.

Actualmente se cultiva el olivo en los 5 continentes, con una superficie de 11,6 millones de hectáreas repartidas en 66 países. De estos, el 3,3 por ciento de la superficie es Olivar en Seto. Es decir, 400.000 hectáreas en todo el mundo. Este modelo ha conseguido un volumen de negocio por campaña de unos 2.000 millones de euros, y una inversión acumulada de 7.000 millones, dando empleo a más 44.000 personas remuneradas con 90 millones de euros anuales. Por otro lado, aporta unos 450 millones de euros, por campaña, a los estados productores en forma de recaudación fiscal, tanto por inversión, como por motivo de la propia actividad económica.

Según el estudio, “el olivar en seto es sinónimo de una modernización de la agricultura que garantiza: el suministro futuro de alimentos acorde con la evolución de la población del planeta, una mejora de la economía, fijación de la población en el territorio, solventar el problema de la escasez de mano de obra en los ámbitos rurales, sofisticar el empleo, evitar el desperdicio y pérdida de alimentos, y, si se ejerce de forma racional, mejorar la biodiversidad, y se es condescendiente con el medio ambiente”.

El olivar en seto genera una producción de aceituna de casi 3,3 millones de toneladas (supone el 15,48 por ciento del total de aceituna producida en el mundo). El valor global de dicha producción media para las cinco últimas campañas fue de casi 1.800 millones de euros. El volumen de negocio directo por campaña del olivar en seto se acerca por ejercicio o campaña a casi los 2.000 millones de euros, lo que supone el 15 por ciento del total de la cifra de negocios media obtenida en estas campañas.

En cada campaña se requieren de nuevas inversiones, tractores, vendimiadoras, almazaras, tratamientos, riego, ejecución y un largo etc... Por lo tanto, la inversión total descrita asciende a más de 637 millones de euros por año, cuyo efecto impositivo, de acuerdo con los datos anteriormente citados según la fiscalidad / país, y su idiosincrasia, sería de algo menos de 100 millones de euros.

bioland
ENERGY

queremos ser
tu orujera...

GRUPO oleícola jaén

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



El reciente desarrollo de olivares en seto en la región del Alentejo ha sido un excelente ejemplo de la compatibilidad de una cultura económicamente rentable, que permite crear valor en el sector y en la región, con la promoción de indicadores de desarrollo ambiental y social, es decir, con un impacto significativo en la retención de carbono, en la provisión de servicios ecosistémicos y en la estabilización de población en el territorio. Tras la ejecución de estas plantaciones, por campaña, se ha creado la oportunidad de trabajar de forma estable y permanente a más de 700 personas.

Según el estudio, “desde que se comenzó la plantación de olivar en seto, tanto de forma directa como indirecta, desde el propio campo hasta las industrias auxiliares se han creado más de 44.000 puestos de trabajo en todo el planeta. Se ha podido constatar científicamente que el olivar en seto es dinamizador de biodiversidad, ya que permite mediante la cubierta vegetal, y la optimización de recursos, especialmente el agua, que se frene la erosión, y pérdidas de suelo. Con sus 35 mil hectáreas plantadas anualmente (de acuerdo con las estimaciones de las 3 campañas estudiadas), de algún modo contrarresta, vegetativa y gradualmente, los 420 millones de hectáreas de bosque se han perdido en todo el mundo desde 1990”.

Otro efecto medioambientalmente positivo, es la fijación de CO₂ del olivar en general, y del olivar en seto en particular, es decir, resulta ser un sumidero de CO₂. El Olivar en Seto supondría casi el 5 por ciento del total, es decir, de entre 0,7 y 1,5 millones de toneladas por año, con un incremento anual de fijación, de casi 100 toneladas según los datos analizados, lo cual va en línea con el denominado Pacto Verde Europeo.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

La Revitalización de la Dieta Mediterránea

Cambio de rumbo hacia sistemas alimentarios más sostenibles y resilientes en los países mediterráneos: la [Dieta Mediterránea](#) como recurso estratégico para acelerar la Agenda 2030 en la Región, así se titula la tercera conferencia mundial sobre la Revitalización de la Dieta Mediterránea, que tuvo lugar del 28 al 30 de septiembre en el Campus Cosimo Lacirignola del CIHEAM Bari.

Durante los tres días de trabajo, divididos en 21 sesiones y 8 eventos paralelos, 250 participantes, incluidos 150 expertos e investigadores, de 30 países, definieron unas pautas con el fin de impulsar el cambio de rumbo de los Sistemas Alimentarios Sostenibles en la Región Mediterránea, acelerar la Agenda 2030 y reconocer la Dieta Mediterránea como un modelo alimentario sostenible adecuado a los estilos de vida contemporáneos. Este reconocimiento debe ir acompañado de una adecuada política de promoción de programas y proyectos, de una estrategia que mejore aún más la sostenibilidad de esta Dieta, contrarreste la desnutrición, la degradación de los ecosistemas, el cambio climático y el colapso de la biodiversidad en la Región.

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



Por tanto, es necesario no solo desarrollar la investigación científica y la innovación para mejorar las fases de la cadena productiva local (por ejemplo, la logística y la conservación) para permitir la consecución de territorios más allá de las fronteras mediterráneas, sino también establecer mecanismos financieros para apoyar empresas, apoyar la producción agrícola local y poner en marcha iniciativas de formación que, basadas en la agricultura inteligente, puede contribuir a la difusión de la Dieta Mediterránea en las zonas más afectadas por el cambio climático.

Asimismo, desarrollar la economía azul, verde y circular a lo largo de la cadena productiva, para reducir el impacto ambiental y la producción de carbono; crear paneles de diálogo interinstitucionales y multidisciplinarios para apoyar la DM a través de la visión holística de One-Health - un modelo conceptual de integración entre la biología humana, el medio ambiente y el estilo de vida - y organizar cursos para su mejora; promover la creación de empresas jóvenes que apoyen la cadena de suministro a través de la innovación y fomentar el desarrollo de medidas de protección de múltiples partes interesadas y, finalmente, apoyar la creación de un grupo de trabajo con la Federación de Sociedades Europeas de Nutrición y la El CIHEAM Bari, en particular, que se compromete a adherirse a la iniciativa de la FAO relativa a la creación del Observatorio Regional de Seguridad Alimentaria -también un instrumento para potenciar la Dieta Mediterránea y las cadenas de suministro relacionadas-, y a iniciar un camino que dé vida al Día Internacional de la Dieta Mediterránea.

Estos temas, se proyectan de interés para que puedan ser, en parte, no sólo objeto de reflexión durante la Conferencia Ministerial prevista para el 2 de diciembre en Roma, con motivo de los Diálogos MED, sino que también se incluyan entre los ejes políticos estratégicos puntos de la próxima Presidencia italiana del G7 prevista para 2024.

El encuentro, previsto en el marco de las celebraciones por el sexagésimo aniversario del Centro Internacional de Altos Estudios Agronómicos Mediterráneos, fue organizado por el CIHEAM Bari con el patrocinio de los Ministerios de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional, de Políticas Agrícolas, Alimentarias y Forestales, de Salud, Transición Ecológica y Unión por el Mediterráneo, Región Puglia, Municipio de Bari, con el apoyo técnico de la **FAO**.

Fuente: **Oleorevista**

Empack y Logistics & Automation celebrarán su edición más ambiciosa con nuevas áreas y más de 200 expertos

Empack y Logistics & Automation, las ferias referentes en packaging y logística, ultiman los detalles para su edición de 2022, que tendrá lugar los días 26 y 27 de octubre en los pabellones 3 y 5 de IFEMA Madrid. Su celebración conjunta es una propuesta de valor que permite representar toda la



cadena de suministro, desde el envasado hasta el delivery, pasando por el flejado, etiquetado, marcado, almacenado, transporte, distribución, etc.

La ampliación del espacio expositivo en un 32% en el caso de Empack, y en casi un 40% en el de Logistics & Automation, la incorporación de nuevos expositores, la creación de nuevas áreas, además de contar con siete salas de congreso y 200 expertos, configuran esta edición como la más ambiciosa y completa en la trayectoria de ambos salones.

Asimismo, esta edición abarca un completo programa de actividades cuidadosamente diseñadas para mostrar las últimas tendencias del packaging. Así, el programa de conferencias contará con José Luis Gallego, como Keynote speaker. Con una trayectoria de más de 30 años como colaborador de los principales medios de comunicación, actualmente presenta el espacio de medio ambiente del programa de radio "Julia en la onda", de Julia Otero en Onda Cero, y dirige el área de medio ambiente y sostenibilidad de El Confidencial. Junto a él los visitantes a Empack y Logistics & Automation podrán descubrir cómo "Circular hacia una nueva economía"

Avance del programa de EMPACK Madrid

Con dos salas de congreso, Empack Madrid ofrece un completo programa, que arrancará el día 26 de octubre en la sala patrocinada por J2Servid, con la mesa redonda "Rediseñando el packaging del futuro", organizada por Packnet. En ella se abordarán el nuevo marco normativo y la implantación de nuevas soluciones tecnológicas en el futuro del sector. Otro de los puntos fuertes del programa serán las "Sustainalks" de Itene, en las que participará, entre otros, Elio Estévez, director de Sostenibilidad para España y Portugal de P&G. Aimplas, Packaging Cluster y el Cluster de Innovación en envase y embalaje, entre otros expertos del sector, completarán el programa de esta sala.

Además, Empack acogerá nuevamente los Pentawards, los premios más relevantes en diseño de packaging. Lo hará en la sala Packaging Innovation, donde se mostrarán los diseños ganadores de la última edición. Y también de su mano, se podrá acudir a ponencias exclusivas, como la impartida por Stu Tallis, creative director de Taxi Studio. Junto a él compartirán programa Carles Salas, fundador y director creativo de Bulldog Studio; Ignacio Longarte, consejero delegado de Szentia; y Eva Guadalupe, directora creativa de Meteorito Estudio.

Logistics & Automation crece con dos nuevas áreas

Logistics & Automation acogerá este año dos nuevas áreas. El espacio LogTalent, patrocinado por Amazon y organizado junto con el Foro de Logística, será el punto de encuentro entre el sector y las empresas de formación y reclutamiento, con el objetivo de dar respuesta a la creciente demanda



de perfiles cada vez más especializados. En concreto, ofrecerá una extensa agenda de conferencias: "Cómo descubrir y organizar el talento de tu empresa", que tendrá lugar el día 26 y será impartida por Juan Carlos Cubeiro, experto internacional en talento, liderazgo y transformación; o "Talento diverso, factor clave en la logística del futuro", a cargo de Virginia Carcedo, secretaria general de Fundación Once.

La segunda nueva área es Transport & Delivery, creada a medida para la comunidad del transporte y sus industrias auxiliares. Desarrollada en colaboración con ACE Cargadores y Transprime, acogerá un espacio expositivo, una sala de networking y un congreso especializado, con la participación entre otros, de Jesús Cuellas, presidente de Foro Madcargo; Tomás Vázquez, de AENA; o Jaime Luezas de Puertos del Estado.

Logistics & Automation ofrecerá además un completo programa de actividades, como los Innovation tours, que tan buena acogida tienen entre los visitantes, las demostraciones en vivo de equipos y aplicaciones en movimiento en el Show Room, además de otras tres salas de congreso.

La sala Supply Chain HAI Robotics acogerá el día 26 la Jornada "E-commerce: claves logísticas en los picos de demanda", en la que Francisco Aranda, presidente de la Organización Empresarial de Logística y Transporte de España (UNO), ofrecerá las previsiones logísticas para el Black Friday y la campaña navideña. Junto a él estarán representantes de empresas de referencia como Mercedes Benz España -patrocinador oficial del evento- MediaMarkt, Primark, Conforama, Mahou San Miguel, TOUS, T-Systems, Ups, Tipsa, CTT Express, Reflex Logistics Solutions, Estrada & Partners, Goi, Sending y Moldstock, S.L.

Además, la reconocida psicóloga, periodista y escritora Irene Villa ofrecerá la conferencia magistral "Saber que se puede", una intervención en la que hablará de cómo convertir la crisis en oportunidad, profundizando, desde su propia experiencia, en valores como la resiliencia, el esfuerzo o la capacidad de superación, conceptos que son plenamente aplicables al sector logístico y de transporte, un ámbito que viene afrontando desde hace años situaciones coyunturales que le han exigido una enorme capacidad de adaptación.

La jornada concluirá con la ceremonia de entrega de los "Premios UNO a los Líderes de la Logística 2022", galardones que promueven el reconocimiento social y económico del sector logístico, en las siguientes categorías: Logística sostenible, Innovación y emprendimiento logístico, Digitalización empresarial, Responsabilidad social, Internacionalización, Comunicación logística y Premios Especial de la Logística 2022.

Por su parte, la sala Punto de Encuentro del Conocimiento, organizada por Slimstock, celebrará sesiones tan inspiradoras como "Eficiencia y eficacia en la logística humanitaria", por Iñigo Vila,

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



director de la Unidad de Emergencias de Cruz Roja Española; o "WEB 3 & Metaverso", que será impartida por Saray Arranz, product manager de la Metaverse Office de Telefónica.

Además, en colaboración con Global Lean y Aquiles como patrocinador del espacio, el Foro Tecnológico reunirá las mejores soluciones logísticas, softwares y aplicaciones. Y contará con la zona Aula, en la que expertos en distintos ámbitos compartirán experiencias y buenas prácticas en la aplicación de la tecnología a la cadena de suministro.

Fuente: [Mercacei](#)

Japón, mercado con grandes oportunidades para el aceite de oliva

El aceite de oliva posee altas oportunidades de negocio en Japón. Así lo revela un informe de Extenda, que indica que es el producto más exportado al país nipón entre enero y julio de este año, con 56 millones de euros y un incremento del 1,5% con respecto al mismo periodo de 2021.

Y para potenciar sus oportunidades, Extenda celebra esta semana un encuentro comercial entre ocho importantes marcas agroalimentarias andaluzas, entre las que figuran Aceites Ibarra, Migasa, Alcalá Oliva, Castillo de Canena, Oleo Almanzora y Oelostepa, y cuatro empresas importadoras y distribuidoras de Japón en la sede de Extenda en Sevilla.

Esta acción forma parte del programa de la empresa pública 'Embajadores del Sector Agro en Japón' para la promoción del sector en el mercado nipón, un destino al que la comunidad exportó alimentos y bebidas en los primeros siete meses de 2022 por valor de 100 millones de euros, un 13,6% más que en el mismo periodo del año anterior, alcanzando así un récord histórico de exportaciones.

La actual 'Embajadora del Sector Agro en Japón', Junko Hayashida, ha acompañado a los agentes internacionales en las entrevistas B2B y visitas programadas en este foro comercial. Este programa, que dura todo un año y que finalizará en enero de 2023, tiene como objetivo mejorar la imagen de la Marca Andalucía a través de sus alimentos y bebidas, ampliar el número de empresas exportadoras a Japón, mejorar el posicionamiento de las firmas ya presentes en el mercado, y dotar a las empresas andaluzas de información de calidad a través de las respuestas de los importadores.

Durante el encuentro comercial se han llevado a cabo numerosas reuniones bilaterales y la delegación internacional, formada por importadores, prescriptores y distribuidores de varias firmas japonesas

Para lograr este objetivo, una reputada profesional del sector del agroalimentario residente en Japón promociona los alimentos andaluces en el mercado japonés contribuyendo a mejorar la imagen del producto en el país. De esta forma, trabaja en dos líneas diferenciadas, y la primera de ellas está orientada a un primer acercamiento al mercado de las firmas que aún no estén presentes en el país asiático. Para ello realiza una serie de visitas a importadores, prescriptores y distribuidores en las que presenta los catálogos de productos de las empresas participantes en el programa.

Asimismo, durante el encuentro comercial se han llevado a cabo numerosas reuniones bilaterales y la delegación internacional, formada por importadores, prescriptores y distribuidores de las firmas japonesas SC Foods, Summit Oil Mill, Matsuya y Hori Corporation, tiene previsto también visitar

las instalaciones de Aceites Ybarra, Migasa Aceites, Beloyana, Alcalá Oliva, Castillo de Canena Olive Juice, Oleoestepa y Consorcio de Jabugo.

Mercado de oportunidades

Según los datos de Extenda, Japón es un mercado de máximo interés para las firmas andaluzas del sector agroalimentario, toda vez que se trata de la tercera potencia económica del mundo, con una población que supera los 125 millones de personas, y que cuenta solo con el 12,2% de su superficie dedicada a la producción agrícola, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Con estas cifras, el mercado nipón necesita importar una gran cantidad de alimentos y bebidas para satisfacer su demanda interna.

De igual modo, se trata de un destino mucho más abierto a los productos andaluces desde que en 2019 se firmara el Acuerdo de Libre Comercio entre la Unión Europea y Japón, que contempla que el 85% de los productos agrarios europeos puedan entrar en el mercado japonés sin aranceles. Los informes de Extenda indican que el consumidor japonés es de alto poder adquisitivo y apuesta por productos de máxima calidad, estando Andalucía situada en una posición privilegiada en el mercado gracias a su fortaleza agroalimentaria internacional.

Los informes de Extenda indican que existen altas oportunidades en el mercado nipón para el aceite de oliva, la carne de cerdo y otros productos cárnicos, ya que a partir de febrero de 2020, el mercado se abrió a las carnes de vaca, oveja y cabra. Igualmente, existen nichos de mercado para los vinos tranquilos, los zumos naturales de frutas y los productos de confitería (chocolates, snacks, etc.).

Fuente: [Olimerca](#)

PRÓXIMAS JORNADAS

27 al 28 octubre 2022



Formulario de inscripción, [aquí](#)