

AGENDA MENSUAL DE ACTIVIDADES

Abril 2019

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
1	2	3	4	5	6	7
Reunión Infaoliva Nacional						
Jurado Premios IDEAL						
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
	Junta Directiva Asamblea INTERPROF.	Premios AOVE Diputacion Granada	Jornada de Olivar Super Intensivo de Agromillora JAEN	Premios AOVE Poniente Granadino		
29	30					
	Premios IDEAL CAIXA					

Documentos Enviados a las Almazaras Asociadas a través de la Intranet

01.04.2019	AICA	Datos a 28 de Febrero 2019
01.04.2019	MAPAMA	Precios Semanal de AO Semana 11.2019
01.04.2019	MAPAMA	B. Comercio Ext. Camp2018.2019 de 10/2018 a 1/2019
01.04.2019	MAPAMA	Boletin de Mercado de AO Febrero 2019 MAPAMA
01.04.2019	MAPAMA	Tendencias Alimentarias de los Espanoles 2019
01.04.2019	J.ANDALUCIA	Informe de Seguimiento de AO Semana 12 de 2019
01.04.2019	MAPAMA	37 Reunion de la Mesa Sectorial Aceite de Oliva
01.04.2019	MAPAMA	Infor S.de Coyuntura Precios M. AO Semana 12.2019
02.04.2019	Prochile	Estudio de Mercado AO en China Perspectiva Chilena
02.04.2019	UE	Situacion del Mercado AO UE 28.03.2019
03.04.2019	J.ANDALUCIA	Informe de Seguimiento de AO Semana 13 de 2019
04.04.2019	MAPAMA	Infor S.de Coyuntura Precios M. AO Semana 13.2019
09.04.2019	J.Andalucia	Export Andaluzas de A.O 2018.2019 Hasta Enero
10.04.2019	AICA	Datos Marzo 2019
10.04.2019	J.Andalucia	Informe de Seguimiento de AO Semana 14 de 2019
10.04.2019	MAPAMA	Precios Semanal de AO Semana 12.2019
10.04.2019	MAPAMA	Precios Semanal de AO Semana 13.2019
10.04.2019	MAPAMA	Precios Semanal de AO Semana 13.2019
10.04.2019	MAPAMA	Infor S.de Coyuntura Precios M. AO Semana 14.2019
12.04.2019	J.Andalucia	Infor.Segui.de AO Semana 11-14 Campana 2018-2019
17.04.2019	J.Andalucia	Informe de Seguimiento de AO Semana 15 de 2019
18.04.2019	MAPAMA	Infor S.de Coyuntura Precios M. AO Semana 15.2019
25.04.2019	J.Andalucia	Informe de Seguimiento de AO Semana 16 de 2019
25.04.2019	MAPAMA	Precios Semanal de AO Semana 15.2019



RESUMEN DE PRENSA

	Producción Total			Producción Mes			Aceites Salida			Existencias Envasadores			Existencia PCO			Existencia Almazaras			Existencia Disponibles		
	16/17	17/18	18/19	16/17	17/18	18/19	16/17	17/18	18/19	16/17	17/18	18/19	16/17	17/18	18/19	16/17	17/18	18/19	16/17	17/18	18/19
Octubre	9.7	20.4	7.0	9.3	16.4	7.0	105.5	88.5	122.4	122.5	111.5	137.3	4.6	3.0	6.0	117.0	110.7	128.3	244.1	584.2	271.0
Noviembre	103.1	218.0	101.8	93.4	189.0	94.6	118.9	101.0	102.7	115.0	115.7	126.4	2.5	2.0	5.1	110.2	204.5	136.7	228.3	323.2	268.2
Diciembre	559.2	635.0	732.4	456.1	410.7	616.2	121.2	77.4	93.2	113.9	144.5	146.1	3.3	7.8	11.2	461.0	509.1	636.1	578.8	661.0	793.4
Enero	1085.0	1049.9	1413.0	525.8	396.3	681.2	139.7	95.9	120.9	158.0	181.5	227.8	17.3	23.3	74.9	793.0	765.0	1062.3	909.5	909.9	1365.1
Febrero	1243.5	1209.3	1690.0	154.9	153.7	271.4	135.5	92.1	122.7	181.9	213.4	271.4	32.5	27.9	96.8	767.4	816.2	1152.9	995.2	1054.0	1521.1
Marzo	1270.1	1227.9	1706.9	36.4	8.5	70.77	135.3	83.4	126.26	195.6	216.5	273.11	31.5	25.4	89.51	666.0	751.3	1107.1	893.7	993.2	1469.7
Abril	1281.2	1246.2		9.5	15.0		94.1	96.8		197.9	215.7		28.0	21.3		576.7	674.9		805.2	911.8	
Mayo	1281.1	1251.3		0.7	2.2		109.3	104.0		198.6	209.0		24.0	17.8		470.8	582.0		693.4	810.1	
Junio	1282.4	1255.3		0.3	4.0		101.1	116.0		185.5	192.4		19.7	13.9		385.0	489.9		592.7	696.3	
Julio	1283.4	1256.3		0.9	0.7		108.0	121.2		155.7	177.9		10.2	11.8		318.2	390.1		484.1	579.9	
Agosto	1283.6	1256.8		0.7	0.1		96.6	94.2		134.2	164.8		8.2	9.9		256.1	310.6		398.5	485.6	
Septiembre	1283.6	1280.1		0.0	0.0		98.7	114.1		121.2	149.1		5.4	7.5		177.9	218.0		304.6	375.5	



OBSERVATORIO
DE PRECIOS Y MERCADOS




El observatorio de precios es un instrumento de análisis de tendencia del mercado y una herramienta de apoyo en la toma de decisiones estratégicas, que dota de una mayor transparencia al mercado agrario.

Los datos que se aportan en este portal web proceden de la colaboración desinteresada de un gran número de empresas del sector agroalimentario andaluz. Cualquier empresa de este sector puede colaborar con el Observatorio de Precios y Mercados, para ello puede ponerse en contacto con el equipo técnico del Observatorio en la siguiente dirección de correo obsprecios.capder@juntadeandalucia.es, o a través del teléfono 955 032 603

Periodo Seleccionado:	31-12-2018 al 15-04-2019
Posicion Comercial:	Almazara o Bodega
Producto:	ACEITES DE OLIVA
Tipo seleccionado:	AOVE/AOV/AO
Tipo de Informe:	Desde el Inicio Campaña 2018/2019
Tipo de Precio:	Datos PROVISIONALES hasta el 08/02/2019 y el resto son un AVANCE.

Tipo	Semana															
	1-2019	2-2019	3-2019	4-2019	5-2019	6-2019	7-2019	8-2019	9-2019	10-2019	11-2019	12-2019	13-2019	14-2019	15-2019	16-2019
AOVE	2,71	2,81	2,77	2,69	2,74	2,77	2,75	2,74	2,69	2,67	2,66	2,48	2,41	2,46	2,46	2,44
AOV	2,36	2,36	2,34	2,29	2,33	2,38	2,23	2,22	2,15	2,05	2,11	2,11	2,08	2,14	2,15	
AO	2,15	2,11	2,09	2,13	2,08	2,18	2,14	2,02	1,98	1,94	1,91	1,94	1,92	1,83	1,93	1,95



El COI certifica un buen arranque de las importaciones mundiales de aceite de oliva

Según las estadísticas que maneja el Consejo Oleícola Internacional (COI), el comercio mundial de aceite de oliva y de aceite de orujo de oliva en el primer trimestre de la actual campaña 2018/19 muestra signos positivos. De este modo, en el periodo octubre a diciembre de 2018 las importaciones globales se han reactivado en mercados tan importantes como Rusia (+28%), Australia (+25%), Japón (+18%) y un 15% en Brasil, tal y como puede verse en el cuadro que acompaña a esta información.

El COI destaca el dinamismo de un mercado como el japonés, que representa en promedio el 7% de las importaciones mundiales de aceite de oliva, situándose en cuarto lugar, por detrás de Estados Unidos (el 36% del total), la Unión Europea (15%) y Brasil (8% del total). Estos cuatro mercados representan en torno al 66% de las importaciones mundiales de aceite y orujo de oliva.

No obstante, llama la atención el comportamiento de un mercado como el de China, cuyas compras mundiales de aceite de oliva y de aceite de orujo de oliva se han frenado un 18,3%. Hay que destacar que fuera de la Unión Europea, el principal comprador de aceite de oliva es EE.UU. y, aunque el COI no disponía al cierre de esta edición del dato del mes de diciembre, todo apunta a que ha arrancado la campaña con alzas, a tenor de la comparativa mes a mes de octubre y noviembre.

De hecho, tomando los acumulados de octubre a noviembre, las compras de EE.UU. crecen un 28%. Del mismo modo en Canadá, también sin datos de diciembre, la importación de aceite de oliva creció un 15%.

Importaciones de aceite de oliva (incluye aceite de orujo) en la campaña 2018/19 (t)

	Australia	Brasil	Canadá	China	Japón
oct'17	2.843,6	5.443,7	4.313,7	2.722,0	4.871,0
oct'18	3.343,7	8.245,6	4.663,2	2.495,9	5.142,4
nov'17	2.039,0	7.285,3	3.218,8	3.833,4	4.432,0
nov'18	3.378,8	8.467,6	4.028,9	4.405,4	5.893,7
dic'17	2.016,3	7.275,6	2.888,2	7.696,5	3.946,6
dic'18	1.894,3	6.310,5	nd	4.740,2	4.610,2
Total oct-dic 17	6.898,9	20.004,6	10.420,7	14.251,9	13.249,6
Total oct-dic 18	8.616,8	23.023,7	nd	11.641,5	15.646,3
% Var.	24,9%	15,1%		-18,3%	18,1%

	Rusia	EE.UU.	Extra UE-27	Intra UE-27	Total
oct'17	2.254,7	27.198,7	6.495,9	76.921,2	133.064,5
oct'18	3.058,9	34.986,8	12.787,9	89.163,6	163.888,0
nov'17	2.036,0	20.715,0	16.739,1	91.723,7	152.022,3
nov'18	2.291,4	26.394,3	14.892,6	91.148,2	160.900,9
dic'17	2.106,9	26.836,2	25.156,9	95.192,9	173.115,8
dic'18	2.836,1	nd	nd	nd	nd
Total oct-dic 17	6.397,6	74.749,9	48.391,9	263.837,8	458.202,6
Total oct-dic 18	8.186,4	nd	nd	nd	nd

RESUMEN DE PRENSA

% Var. 28,0%
Fuente: COI.

En cuanto al comercio de la UE en los dos primeros meses de la campaña actual (2018/19), las adquisiciones Intra-UE aumentaban un 7% y un 19% las importaciones Extra-UE respecto al mismo periodo de la campaña anterior.

El COI también ofrece los datos de importaciones mundiales de aceituna de mesa en los cuatro primeros meses de la campaña (septiembre a diciembre 2018), con incrementos en Australia y Brasil (+14% y +11%) y sin datos de diciembre en Canadá, EE.UU., ni la UE.

Importaciones de aceituna de oliva en la campaña 2018/19 (t)

	Australia	Brasil	Canadá	EE.UU
sep'17	1.501,0	7.949,2	2.077,0	10.237,0
sep'18	1.598,5	9.521,8	2.702,7	9.902,5
oct'17	1.295,0	9.492,3	2.843,0	11.055,0
oct'18	1.462,9	12.056,6	2.641,3	11.907,0
nov'17	1.406,0	11.115,3	2.539,0	12.596,0
nov'18	1.997,5	12.807,1	2.848,2	13.040,2
dic'17	1.336,8	11.055,2	2.663,6	12.469,9
dic'18	1.232,9	9.626,1	nd	nd
Total oct-dic 17	5.538,8	39.612,0	10.122,6	46.357,9
Total oct-dic 18	6.291,8	44.011,6	nd	nd
% Var.	13,6%	11,1%		

	Extra UE-27	Intra UE-27	Total
sep'17	6.243,2	27.039,9	55.047,3
sep'18	6.524,8	29.062,2	59.312,5
oct'17	7.304,7	32.329,3	64.319,3
oct'18	8.783,1	31.866,1	68.717,0
nov'17	8.255,4	29.794,9	65.706,6
nov'18	9.502,7	34.640,1	74.835,8
dic'17	10.381,4	27.305,2	65.212,1
dic'18	nd	nd	10.859,0
Total oct-dic 17	32.184,7	116.469,3	250.285,3
Total oct-dic 18	nd	nd	nd
% Var.			

Fuente: COI.

<http://www.sevi.net/es/3542/200/13240/EI%E2%80%88COI-certifica-un-buen-arranque-de-las-importaciones-mundiales-de-aceite-de-oliva.htm>



La nueva era del batido se llama
Protoreattore® PIERALISI
Alta Calidad • Máxima Eficiencia • Mínima Inversión

Visítenos en **Expoliva 2019**
Del 15 al 18 de mayo
Pabellón Caja Rural D-17

GRUPPO
PIERALISI
INNOVADORES POR PASIÓN

www.pieralisi.com

Bruselas eleva a casi 2,27 Mt la producción comunitaria de aceite de oliva en 2018/19

La Comisión Europea ha elevado a 2.267.080 toneladas su previsión de producción comunitaria de aceite de oliva en la vigente campaña 2018/19, tras los datos provisionales de los diferentes Estados miembros productores a mes de marzo.

Hasta finales del pasado mes, la producción oleícola sumaba ya 2.235.174 t en la UE, de las que un **79,06% del total correspondían a España, con casi 1,77 Mt y una previsión para toda la campaña de 1,79 millones (78,96%). En marzo habría añadido 70.911 t más.**

A nuestro país le seguía Grecia, con 184.000 t (8,23%) y una previsión final estimada de 185.000 t (8,16%), tras sumar 2.000 t en marzo; **Italia, con apenas 173.443 t (7,76%) y una estimación de 175.000 t (7,72%), tras sumar solo 290 t en el pasado mes.**

Portugal ocupaba el cuarto lugar, con una producción a finales de marzo de 101.080 t (4,52%) que puede darse ya como definitiva, puesto que no aportó dato alguno en el mes anterior, seguido de Chipre (6.000 t estimadas) Francia, con 5.110 t (5.500 t para toda la campaña); Croacia, con 3.600 t, y Eslovenia, con 900 toneladas.

El consumo interno previsto en estos principales países productores de la UE se estima, según Bruselas en 1.336.400 toneladas, con España a la cabeza, con una previsión de 540.000 t (40,4% del total), seguido de Italia, con 480.000 t (35,9%); Grecia, con 125.000 t (9,4%); Francia, con 100.000 t (7,5%); Portugal, con 75.000 t (5,6%); Croacia, con 7.000 t; Chipre, con 6.300 t; Eslovenia, con 2.100 t, y Malta, con 1.000 toneladas.

A 30 de septiembre de 2019, se prevé un stock de 632.500 t, de las que **570.600 t (90,2%) estarían en España;** otras 41.700 t (6,6%) en Grecia; 15.000 t (2,4%) en Francia; unas 3.000 t (0,5%) en Italia; 2.100 t en Chipre, y 100 toneladas en Malta.

<https://www.agronegocios.es/bruselas-eleva-a-casi-227-mt-la-produccion-comunitaria-de-aceite-de-oliva-en-2018-19/>

Mora conocerá los avances para adecentar balsas de alpechín

RESUMEN DE PRENSA

La Feria del Aceite de Oliva Virgen Extra albergará los días 2 y 3 de mayo las jornadas técnicas 'Life+Regrow' para abordar el proyecto europeo presupuestado en casi 1,5 millones. Vuelven las Jornadas Técnicas 'Life+Regrow' en su segunda edición, unas jornadas sobre el proyecto europeo de recuperación medioambiental de las balsas de alpechín que se están desarrollando en Mora. «Un proyecto de vital importancia para todos los pueblos olivareros, sus cooperativas y almazaras, ya que persigue dar una solución innovadora, efectiva, sostenible y 'low cost' a la gestión de este residuo, destacaba ayer el Ayuntamiento en un comunicado.

Con este proyecto y los estudios y ensayos que están realizando sus socios (Ayuntamiento de Mora, Universidad de Almería, Universidad Miguel Hernández de Elche, Gesreman y la Asociación Española de Municipios del Olivo), se dará una solución de ámbito europeo y mundial al problema medioambiental de este tipo de instalaciones y residuos. Para ello, cuentan con un presupuesto de 1.480.627 euros cofinanciado en un 60 por ciento por la Unión Europea a través de su Programa LIFE.

Los asistentes a estas segundas Jornadas tendrán la oportunidad de conocer los resultados y avances de la fase de análisis y estudio llevados a cabo por las universidades en la zona de especialmente acondicionada en las balsas de alpechín morachas.

El proyecto, que actualmente se encuentra en la fase restauración medioambiental a gran escala mediante el desarrollo de diversas estrategias de biorremediación, pone a Mora y su sector olivarero a la vanguardia europea y mundial en lo que a economía circular se refiere.

Será el próximo miércoles 2 y jueves 3 de mayo desde las 9 de la mañana, cuando tenga lugar estas Jornadas en el Centro Cultural Polivalente de Mora, cuando los científicos del proyecto explicarán pormenorizadamente los resultados del mismo, incluyendo además, una visita guiada por estos a las balsas de alpechín morachas, donde se podrán ver la magnitud real del proyecto y los diferentes trabajos que se han llevado y se están llevando a cabo para la descontaminación de la zona. La asistencia es gratuita, pero el aforo es limitado, por lo que es necesaria inscripción previa que puedes hacer online en la página web del proyecto www.liferegrow.eu.

Estas jornadas se enmarcan como uno de los actos que se organizan entorno a la celebración de la LXIII Fiesta del Olivo los días 4, 5 y 6 de mayo, una tradicional y conocida Fiesta que este año celebra su 63 edición, que además está Declarada de Interés Turístico Nacional desde hace 52 años.

La Feria del Aceite de Oliva Virgen Extra 2019 de Mora prevé charlas informativas sobre el aceite de oliva y la salud, un taller de cocina, catas de aceite comentadas, o un 'show cooking' en directo. Además, los asistentes podrán degustar gratuitamente diferentes variedades del aceite de oliva moracho.

<https://www.latribunadetoledo.es/noticia/ZF10BE73A-CBC9-62AF-1A1CC7F4AE31EA9C/201904/mora-conocera-los-avances-para-adecentar-balsas-de-alpechin>

La Fundación Savia solicita a la Consejería de Agricultura que se convoquen incentivos a la producción ecológica

La **Fundación Savia**, presidida por Francisco Casero ha dirigido un escrito a la Consejera de Agricultura de Andalucía, Carmen Crespo, en la que **solicitan que se convoquen, de forma especial, incentivos a la producción ecológica.**

Recuerdan desde la Fundación Savia que la consejera de Agricultura ha declarado que existe un remanente de fondos no utilizados y que se programarán unos 800 millones de euros del plan de desarrollo rural correspondiente al marco comunitario 2014-2020 que no se han ejecutado con el objetivo de impulsar la competitividad del sector primario. Entre las posibles opciones y líneas de trabajo citadas por la consejera no se incluye el sector ecológico, cuestión que sorprende a la Fundación Savia que consideran «que el sector ecológico es el único que ofrece respuestas claras a los grandes retos a los que se está enfrentando Andalucía: el despoblamiento rural y el cambio climático».

Según muestran las últimas **cifras del sector ecológico**, la superficie mundial ha pasado de 57.816.759 hectáreas en 2016 a 69.845.243 hectáreas lo que supone un crecimiento interanual del 20,76%. Europa ha pasado de 13.509.146 hectáreas a 14.558.256 hectáreas y España, con 2.082.173 hectáreas es el cuarto país en superficie certificada tras Australia, Argentina y China.

El consumo global ha pasado de 80.000 millones de euros en 2016 a 92.074 millones de euros, lo que sigue suponiendo crecimientos por encima de los dos dígitos, siendo USA, con 40.011 millones de euros el principal mercado, seguido de la UE con 37.351 millones de euros. Los principales países consumidores europeos son Alemania (10 mM €), Francia (7,9 mM €), Italia (3,1 mM €) y España con (1,9 mM €).

El **número de productores** sigue en un vertiginoso crecimiento lo que evidencia la amplia red de productores y transformadores en todo el mundo. De los 2,7 millones de productores en 2016 se ha pasado a 2,9 millones de productores en todo el mundo, situándose más del 40% en Asia y suponiendo un crecimiento de +1,300% desde 1999.

El **consumo por habitante y año** es uno de los indicadores más relevantes para valorar la fuerza del sector. Existen países donde el consumo anual per cápita evidencia la estabilidad y solidez del modelo de producción y consumo. En Suiza el consumo por habitante y año es de 288 €, en Dinamarca 278 €, en Suecia 237 €, en Austria 196 €, en Alemania y Estados Unidos 122 €. En España, aún el consumo se sitúa en 40 € por persona y año, es en este apartado donde tenemos un importante reto.

Andalucía, en opinión de la Fundación Savia, «no puede permanecer ajena a esta evolución mundial. No está siguiendo el ritmo de consolidación que está marcando el sector a nivel internacional. Andalucía tiene que seguir siendo, ahora más que nunca, el referente que nuestro territorio ha sido en este sector de futuro, de presente ya para muchas familias y empresas», señalan.

Asimismo añaden que «no se puede permitir que otros territorios avancen de manera decidida mientras Andalucía va quedando relegada. Un caso concreto es el sector del olivar. Existen ya 882.889 hectáreas de olivar ecológico en el mundo. En Túnez están 254.411 hectáreas, en Italia 235.741 hectáreas. Sin embargo, en toda España, principal productor mundial, sólo existen 195.114 hectáreas de las que en Andalucía sólo contamos con 75.138 hectáreas».

Para la Fundación Savia «en Andalucía se dan los factores adecuados para expandir de manera clara el sistema de producción y el mercado ecológico: clima, calidad del suelo, capacitación de las personas, experiencia, capacidad de inversión, y, sobre todo, la mayor formación, concienciación,

implicación de la sociedad que sabe ya que es éste un factor clave en su vida y en la de las próximas generaciones. Todo ello está sumando para que Andalucía y su sector ecológico haya sido un ejemplo en la calidad y el valor añadido generado, que cuente con un importante prestigio a nivel europeo, por su trayectoria, por ser un referente en el modelo productivo y comercializador».

Por todo ello, la Fundación Savia ha solicitado a la Consejería que incluya, mediante la publicación de una convocatoria especial este año, incentivos a la producción ecológica, a la incorporación de nuevas explotaciones a este sector, a primar las prácticas agrícolas, a la ganadería ecológica y extensiva y actividades forestales. «Porque producen un efecto benéfico sinérgico que va más allá de la producción de productos excelentes y sostenibles. Generan biodiversidad, cuidan el suelo, optimizan el agua, mitiga el cambio climático, genera empleo y riqueza que arraiga a las mujeres y hombres al territorio», concluyen.

<http://agrodiariohuelva.es/2019/04/25/la-fundacion-savia-solicita-a-la-consejeria-de-agricultura-que-se-convoquen-incentivos-a-la-produccion-ecologica/>

Elige lo sano, elige aceite de La Rioja

La V Jornada del Aceite de La Rioja pretende ser un día de fiesta se celebrará el 3 de mayo.

El director general de Desarrollo Rural, Daniel del Río; el presidente del Consejo Regulador de la DOP Aceite de La Rioja, Miguel Martínez de Quel; la directora del Centro Cultural Ibercaja, Mayte Ciriza; y el representante del Cooking Team José Luis Vicente (Restaurante El Cachetero), han presentado este jueves el **programa de actividades de la V Jornada del Aceite de La Rioja que se celebrará el próximo viernes 3 de mayo**.

Bajo el lema **‘Elige lo sano, exige lo bueno. Tu sí que sabes’**, la jornada se plantea como una fiesta abierta a la participación del público. Para Martínez de Quel, *“después de años promocionando el Aceite de La Rioja **el consumidor conoce y aprecia el producto** y, este día, queremos compartir experiencias con las que poner en valor nuestro aceite”*.

Sano y de calidad. Como buen aceite de oliva virgen extra, el Aceite de La Rioja se caracteriza por sus **beneficios para la salud** y por ser un alimento rico y versátil en la cocina. La calidad le viene avalada por el sello de calidad europeo, que garantiza tanto la excelencia del producto como el origen.

Con el propósito de destacar la importancia de los sellos de calidad, la jornada da continuidad a las cuatro ediciones anteriores, que han tenido muy buena aceptación. De hecho, **“los ciudadanos cada vez muestran más interés por la alimentación sana”**.

La jornada dará comienzo a las **10.30 horas en la plaza Once de Junio** con la apertura del stand **degustación de tostadas** y de los puestos de venta, que atenderán al público hasta las 14 horas y, por la tarde, de 17 a 20 horas. En la degustación, los asistentes podrán probar aceites monovarietales de las variedades autóctonas que se cultivan en La Rioja y de otras variedades foráneas.

Aceites que, en algunos casos no se encuentran en el mercado y **se elaboran en La Grajera con carácter experimental**. De esta manera, se pretende dar visibilidad a la labor investigadora que Agricultura y los profesionales del Aceite de La Rioja llevan a cabo para velar por el desarrollo del sector.

De forma paralela a la degustación de tostadas, el **Centro Cultural Ibercaja acogerá actividades relacionadas con el oro líquido riojano**. A las 11 horas comenzará el ‘Taller de cocina de verduras, frutas y pescados con Aceite de La Rioja’ a cargo de la profesora de cocina María José Fernández. Además, a partir de las 18 horas, se celebrará una cata de las variedades autóctonas

RESUMEN DE PRENSA

redondilla y royuela, a cargo de la técnico del Consejo Regulador de la DOP Aceite de La Rioja Lorena Marín, que también mostrará nuevos usos del Aceite de La Rioja en la cocina.

La **V Jornada del Aceite de La Rioja pretende ser un día de fiesta** y de celebración para compartir con todos los públicos y crear una cultura en torno al oro líquido. Y, sobre todo, es una oportunidad para que los ciudadanos aprendan a valorar el producto de mano de los profesionales mediante propuestas originales y atractivas.

Premios del 'III Concurso a la calidad del mejor Aceite de La Rioja'

En el marco de la celebración de la Jornada, el Consejo Regulador dará a conocer a los **ganadores del 'III Concurso a la calidad del mejor Aceite de La Rioja'**. Como novedad, el concurso incluye en esta edición un premio al comercio riojano que mejor prescribe el oro líquido riojano.

Con esta iniciativa se busca **incentivar la producción de aceites de oliva virgen extra de calidad y premiar el esfuerzo de los profesionales riojanos** en su empeño por perfeccionar los procesos productivos en la elaboración de aceite.

Los galardonados podrán hacer mención del premio en la etiqueta de sus envases del lote al que pertenezca la muestra ganadora. Así los consumidores podrán identificar cuáles son los mejores aceites riojanos con denominación de la campaña 2018-2019.

<https://www.rioja2.com/n-131240-2-elige-lo-sano-elige-aceite-de-la-rioja/>



La NAOOA pide acabar con los aranceles en el aceite de oliva en EEUU

Considera que los grandes perjudicados serán los consumidores

Olimerca.- La Asociación Norteamericana de Aceite de Oliva (NAOOA) ha pedido a los Representantes de Comercio de los Estados Unidos (USTR) que eliminen los aranceles impuestos a los aceites de oliva procedentes de la Unión Europea. Considera que equivalen a un impuesto sobre la salud de los consumidores estadounidenses, quienes serán los más afectados por los aranceles sobre los aceites de oliva europeos", aseguran.

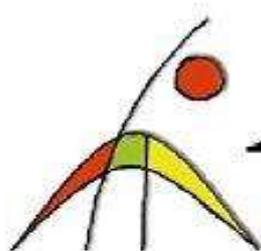
RESUMEN DE PRENSA

Asimismo, apuntan que "el USTR debe reconocer la importancia del consumo de aceite de oliva para la salud de los estadounidenses y el hecho de que no existe una fuente de suministro alternativa realista".

El aceite de oliva se incluyó en una larga lista de aranceles que el USTR propuso como resultado de una decisión de la Organización Mundial del Comercio contra el bloque comercial de 28 miembros, que incluye a España, Italia, Grecia y Portugal.

El año pasado, los estadounidenses consumieron 315,000 toneladas de aceite de oliva, de las cuales casi 200.000 toneladas fueron importadas de países de la UE.

<https://www.olimerca.com/noticiadet/la-naooa-pide-acabar-con-los-aranceles-en-el-aceite-de-oliva-en-eeuu/79fa267af6c3f446224e1f7a0af6de02>



AGROKAP

www.agrokap.es

I + D

Estrés Hídrico en olivar

Francisco Alcántara (Olivarera San José Artesano de Mondrón): “Para olivares con nuestra orografía precios de 2,30 euros resultan ruinosos”

Publicado [Revista Almaceite](#)

Entrevista con **Francisco Alcántara** Gerente Olivarera San José Artesano de Mondrón

[Olivarera San José Artesano de Mondrón](#), más conocida por su marca **Aceites Mondrón**, está constituida por 450 socios procedentes principalmente de las localidades de Periana –con su aldea de Mondrón–, Alfarnatejo, Riogordo, Alfarnate y El Borge y una superficie de olivar tradicional de aproximadamente 1.500 hectáreas, con una orografía complicada como la del norte de la Axarquía malagueña. Sigue apostando con fuerza por el envasado de su variedad autóctona, Verdial, con su marca **Único de Mondrón**, y por el lanzamiento esta campaña de su primer AOVE Bio y también de una mermelada con AOVE.

¿Cómo se ha desarrollado al final la campaña?

En volumen hemos tenido una disminución del 44% de la producción, siendo la vecería en nuestros olivares más acusada por ser la mayoría de secano. Este año “tocaba” no cargar. En cuanto a la calidad, ha sido complicada en la cosecha temprana por las lluvias de Noviembre que nos obligaron a parara. Y luego ya más adelante con altas temperaturas que provocaron puntualmente la aparición de aceituna jabonosa en Diciembre. Nos puso en alerta pero después, salvo esos dos momentos puntuales, ha tenido buena calidad.

¿La apuesta por el AOVE Verdial envasado es clave para la Cooperativa?

Es lo que nos puede ayudar a diferenciarnos más en el mercado al ser una variedad singular de la zona. Los premios internacionales conseguidos también nos han ayudado a utilizarlo como palanca de comercialización. Esta misma campaña hemos lanzado, también con la marca **Único de Mondrón**, con un packaging verde asociado a salud y sostenibilidad, nuestro AOVE BIO. No es monovarietal de Verdial porque no tenemos suficiente producción todavía y hemos lanzado un coupage con Hojiblanca.

¿Es complicado convencer a los socios del cambio a ecológico?

El perfil mayoritario de la cooperativa es el de productores de mediana edad y llegando a los 60 años, por lo que hay que ganarlos vía precios, en la liquidación de la aceituna. Es verdad que ha habido también productores que vieron esta apuesta por lo ecológico por convicción. Para nosotros es parte de la estrategia de la cooperativa para valorizar el producto. Y apostar por la sostenibilidad, el desarrollo local y nuestro entorno rural privilegiado, junto a la variedad Verdial. Hemos tratado de cuidar mucho la elaboración del **Único de Mondrón Bio**, su manejo en bodega y con filtrado inmediato. Vamos a ver como se puede liquidar.

En la actual coyuntura de los precios en origen, ¿qué alternativas tiene una cooperativa del tamaño de la vuestra?

La diferenciación y la calidad son las claves. Está claro que cada vez habrá más pequeños y medianos productores que optarán por este camino porque no pueden competir en precios y porque sus escalas de costes de producción no se lo permiten. Por un lado, hay que tratar de diferenciarse así frente a los grandes envasadores. Y por otra parte, resulta muy necesario crear y aumentar la demanda mundial. Es clave teniendo en cuenta que se acercan campañas altas, sino hay desastres climatológicos. Es esencial ir a escenarios de 3,5 millones de toneladas de consumo de aceites de oliva a mundial. Porque resulta absurdo enfocarlo todo al mercado nacional, donde el pequeño crecimiento se dará vía precios. Los precios del entorno de los 2,30 euros/kilo para olivares como los nuestros, con nuestra orografía, son ruinosos, al tener costes muy altos de producción. También hace falta un mayor liderazgo español en el mundo del aceite de oliva, con marca España y calidad. Orientado a crear valor y no solo pensando en venderlo todo.

Han apostado por la diversificación con una mermelada de AOVE.

Creemos que es muy importante para el sector integrar los AOVE de calidad en la industria alimentaria y queríamos dar ejemplo. Con nuestra mermelada de AOVE en Verdial, Picual y Hojiblanca, hemos querido recordar el sabor del pan con aceite y azúcar que siempre hemos tomado. A la vez que valorizamos su principal componente, nuestro AOVE.

<https://revistaalmaceite.com/2019/04/24/francisco-alcantara-olivarera-san-jose-artesano-de-mondron-para-olivares-con-nuestra-orografia-precios-de-230-euros-resultan-ruinosos/>