

Balance
campaña
aceitera
16/17

Jaén, epicentro mundial del aceite expoliva

*Los primeros financiando
tus operaciones agrarias*



**CAJA RURAL
JAÉN**

www.ruralvia.com

Más de 150 oficinas a su servicio

tema del mes



Llega la Expoliva más internacional



Del 10 al 13 de Mayo

JAÉN se prepara para acoger la mayor muestra aceitera del mundo. 326 expositores, 37 de ellos internacionales de 11 países, más de 40.000 metros cuadrados de exposición y los mejores 165 AOVÉs del mundo en el Salón de los Aceites Virgen Extra.

La ciudad y la provincia de Jaén se preparan para recibir durante 4 jornadas, del 10 al 13 Mayo/17, la 18 edición de la Expoliva, la Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines, que concentra en este mar de olivos a empresas, productores, vendedores y profesionales que tengan algo que ver con el sector oleícola de todo el mundo. Sin duda, no sólo es la mayor feria de muestras de todas las que se celebran en Andalucía, sino la sectorial del aceite de oliva más grande en todo el mundo. El recinto de Ferias Jaén ha tenido que remozarse hasta llegar a los 40.000 metros cuadrados de exposición. Este año con mayor presencia internacional que en todas sus anteriores ediciones y una novedad: los 57 países productores de aceite de oliva en todo el mundo estarán, por primera vez, bajo el mismo techo, el de Expoliva 2017.



balance campaña **17/24**

Con los datos oficiales de finales de marzo, la campaña aceitera 16/17 se da prácticamente por cerrada en España y Andalucía con una producción de 1.274.000 toneladas de aceite producidas. De ellas, 1.045.000 en Andalucía y 502.000 en Jaén. Destaca el alto ritmo de las exportaciones de aceite en los seis primeros meses de campaña (oct/marzo), con 504.000 t.

ANUARIO 2017

PROVINCIA DE JAEN 2017 MULTIPRESS

LA CRONICA informativa y de OPINION sobre todo lo que esta pasando en JAEN

www.multipressjaen.es

agrandanda

DIRECTOR: Antonio Martínez. EDITA: MULTIPRESS, SL. Millán de Priego, 3. 23007-Jaén. PUBLICIDAD: Tlf. 953 295 067. REDACCION JAEN: Carmen Martín, Ginés Donaire, A. Garcia. Tlf. 953 295 067 Fax: 953 226 373. e-mail: agrandanda@multipressjaen.es. FOTOGRAFÍAS: Manuel Miró, Multipress, Enrique y Agencias. ASESOR EDITORIAL: Enrique Antón. MAQUETACION y DISEÑO: GM&P. Depósito Legal: J/631/04. TIRADA: 8.000 ejemplares.



MULTIPRESS, SL. Prohibida la reproducción total o parcial, por ninguna vía, de los contenidos de esta revista, sin autorización previa por escrito del editor.

www.multipressjaen.es - www.noticiasdjaen.es

2017



expoliva

Jaén, 10-13 Mayo

PRODUCCIÓN DE ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA, ANDALUCÍA Y JAÉN

COMPARATIVA CAMPAÑAS 05/06 A 16/17. Datos en miles de toneladas. FUENTE: AICA.

CAMPAÑA	16/17 (*)	15/16	14/15	13/14	12/13	11/12	10/11	09/10	08/09	07/08	06/07	05/06
España	1.274	1.401	841	1.780	616	1.611	1.390	1.398	1.030	1.111	1.236	826
Andalucía	1.045	1.122	675	1.474	477	1.360	1.126	1.170	832	991	941	615
Jaén	502	531	231	751	141	681	589	568	433	496	504	266

(*) Datos a 30 de Marzo 2017. AICA

Llega la edición **más** **internacional**

Del 10 al 13 de mayo Jaén se convierte en el centro mundial del aceite y el olivar con la celebración de la XVIII edición de la Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines que va a contar por primera vez con la participación de los 57 países productores de aceite de oliva en el mundo.

Jaén, territorio oleícola, abre sus puertas al mundo con la Expoliva. Esta edición, 35 años después desde que la feria iniciara su andadura en 1983, más internacional si cabe, pues va a concentrar bajo el mismo techo a los 57 países que producen el oro líquido en todo el mundo. Los datos que aporta la organización en las fechas previas a que se suba el telón el próximo 10 de mayo confirman que la muestra sigue creciendo: 326 expositores, 37 de ellos internacionales, procedentes de 11 países, que representarán a 923 empresas entre directas e indirectas y a un total de 4.215 marcas comerciales, en 40.000 metros cuadrados de exposición.



La Expoliva 2017 volverá a convertir a la capital jienense y a toda la provincia en referencia de todo el sector para conocer las últimas novedades en materia de maquinaria, avances tecnológicos, investigación, I+D+i, pero sobre todo, en un escaparate perfecto en el que nadie que tenga algo que ver con el sector oleícola quiere perderse estar. Durante 4 jornadas, del 10 al 13 de mayo, los espacios cubiertos y descubiertos, además de los habilitados mediante carpas, más de 40.000 metros cuadrados, del recinto provincial de Ferias y Congresos, Ifeja, albergarán la mayor muestra aceitera del mundo que, además de la

exposición de las firmas de maquinaria y de todo el sector relacionado con los procesos de recolección de la aceituna, extracción del aceite y comercialización, tendrá focos de interés en el Simposio Científico-Técnico, el Salón de los Aceites Extra Virgen o el espacio Innova. 140 aceites de todo el mundo han pujado por estar entre los finalistas del certamen de los prestigiosos premios Expoliva a los mejores caldos de la actual campaña.

La cita internacional oleícola llega precisamente cuando se acaban de conocer los últimos datos de la campaña aceitera 2016/17, que se ha cerrado en España con una producción de 1.274.406 toneladas de aceite, de ellas, 1.045.000 procedente de los olivares de Andalucía y de esas, 502.000

producidas en la provincia mayor productora del mundo, Jaén. La producción española ha puesto en nuestro país la mirada de los principales países comercializadores que durante los seis primeros meses de la actual campaña (de octubre 2016 a marzo 2017) se han llevado ya 504.600 toneladas de aceite. Y la cifra seguirá subiendo a tenor de las perspectivas de que la próxima campaña sea más corta por la situación climatológica en un momento clave para este cultivo, la floración del olivo y el cuaje del fruto.



La presidenta de la Junta, en la apertura de la edición de Expoliva 2015. /ag

Jaén se prepara para mostrar al mundo su potencial aceitero con la celebración de la Expoliva 2017, la que es la mayor cita mundial del aceite de oliva e industrias afines y un escaparate donde se muestran las últimas tendencias, innovaciones tecnológicas y de procesos, así como de la elaboración y extracción del aceite de oliva. Una edición más, la muestra ofrecerá el apoyo y respaldo a la candidatura de los Paisajes del Olivar en Andalucía a Patrimonio



Visitantes en la Expoliva 2015. /ag

Mundial Andaluz, que ya se iniciara en 2015.

Expoliva es la feria más importante del sector de cuantas se celebran en el mundo y por supuesto,

de Andalucía y no sólo por lo que supone desde el punto de vista del negocio generado en la feria, sino por el peso estratégico que tiene la provincia de Jaén como referente oleícola mundial. «En este sentido, «el objetivo último para nosotros es seguir contribuyendo a la consolidación y proyección de Expoliva, como el mejor y más importante evento del sector en el ámbito internacional», señalaba el presidente de la organizadora Ifeja, Ángel Vera.



Expoliva, centrada en la industria auxiliar del olivar. Por otro lado, la Agencia Andaluza del Conocimiento realizará encuentros bilaterales entre empresas, grupos de investigación y organismos públicos activos en el ámbito de la investigación y la tecnología vinculadas con el sector del olivar y el aceite de oliva. Y por último, la Cámara de Comercio de Linares, Diputación e Ifeja llevarán a cabo varios encuentros bilaterales entre empresas, grupos de investigación y organismos públicos activos en el ámbito de la investigación y la tecnología.



La ministra de Agricultura, García Tejerina, en la Expoliva/15. /ag

Una de las novedades que presenta la XVIII edición es que se contará con la participación de los 57 países productores de aceite de oliva del mundo, un acontecimiento que nunca se había dado hasta la fecha y que posiciona a la provincia de Jaén como centro estratégico y neurálgico internacional del sector. Otra de las novedades importantes viene marcada por el incremento en el número de expositores y es que la demanda de espacio ha sido tal, que desde la organización han tenido que habilitar nuevos espacios expositivos, adicionales a los que ya se han venido planteando en ediciones anteriores de Expoliva.

En lo que se refiere al apartado internacional, Expoliva 2017 incrementará en un 19% el número de stands internacionales respecto al año anterior, como consecuencia del gran interés mostrado por nuevas empresas extranjeras en participar en la feria más importante del sector, vinculadas a la investigación, maquinaria y representación institucional, pasando así de 31 a 37 empresas internacionales y aumentado de 10 a 11 los países con expositores presentes.. En concreto, los países que asistirán a la feria y que ya han confirmado su participación como expositores son once, Alemania, Eslovenia, Francia, Inglaterra, Italia,

Marruecos, México, Países Bajos, Portugal, Túnez y Turquía.

Los casi 50.000 profesionales que en la anterior edición visitaron Expoliva son una muestra más del gran interés y entusiasmo que despierta esta feria. «Desde la organización, hemos querido hacer de esta edición de Expoliva una de las más profesionales de las realizadas hasta la fecha», señalaba Vera. Las visitas de delegaciones comerciales ya confirmadas de Irán, Túnez, Libia o Marruecos, son otro de los platos fuertes de la decimo octava edición de la feria. Este tipo de encuentros demuestran la relevancia de Expoliva, materializando nuestros esfuerzos para que la feria sea un verdadero motor de negocios para expositores y visitantes.

Pero no solo se incrementan expositores, también se incrementa el número de los mejores aceites del mundo presentes en el Salón Expoliva Virgen Extra, alcanzando la cifra de 165, y el número de comunicaciones en el Simposium Científico Técnico de Expoliva, que ha pasado de 154 en la edición de 2015 a 182 en la de este año.

Misiones comerciales

Las misiones comerciales que se están organizando para generar un negocio aún mayor en la muestra, también serán un puntal importante de la próxima edición de la feria. En total, se realizarán tres: una de ellas, la organizada por la agencia andaluza Extenda, que este año celebra su XI Encuentro Internacional de la Industria Auxiliar del Olivar en



LA JUNTA DE ANDALUCÍA DESTACA EL POTENCIAL DE EXPOLIVA COMO ESPACIO GENERADOR DE NEGOCIO Y RELACIONES COMERCIALES

Desde la consejería de Agricultura de la Junta, la directora general de Industrias y Cadena Agroalimentaria, Rosa Ríos, señalaba en la última presentación de la muestra en Madrid el potencial de la muestra, «el evento más importante del mundo dedicado al aceite de oliva, un espacio generador de negocio y de relaciones comerciales, nacionales e internacionales, y el foro técnico más relevante de ámbito mundial donde se habla del sector productor, del aceite y de sus empresas afines».

Para Rosa Ríos, esta cita llega además en un momento muy oportuno en el que «el sector presenta buenos datos de coyuntura que invitan al optimismo, con unos precios que se sitúan en niveles de rentabilidad para los productores, una campaña comparativamente mejor que la de nuestros competidores y unas exportaciones que siguen creciendo y que tienen al aceite de oliva como producto estrella». En este sentido, ha subrayado la importancia de Expoliva, «que juega un papel crucial para la promoción y difusión de nuestro aceite de oliva».

La directora general se refirió también al XVII Simposio científico técnico y al VI Salón Internacional Expoliva Virgen Extra que acoge la muestra. Entre otras cuestiones, en el simposio se abordarán temas como la coyuntura actual de precios, la situación de nuevas plantaciones, así como las actuaciones que se vienen realizando para la prevención y control de la 'Xylella fastidiosa'. Se expondrán además los trabajos de más de 450 investigadores de todos los países productores de aceite de oliva y se informará de las mejoras que se están introduciendo en la armonización de los paneles de cata.

En cuanto al Salón Internacional de los Aceites, este año estarán presentes aceites de más de 57 variedades de aceitunas de todo el mundo, «lo que le imprime una amplia diversificación y complejidad desde el punto de vista organoléptico», aseguró Rosa Ríos. Según la directora, se va a realizar una extensa programación de actividades destinadas a fomentar la interacción entre el visitante y los aceites mediante degustaciones individuales y catas en grupo, entre otras.

La Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural participa este año con un stand institucional de 144 metros cuadrados, donde además de acoger a las Denominaciones de Origen de aceite de oliva virgen extra de Andalucía, se llevarán a cabo diferentes actividades para promocionar la calidad y beneficios de los aceites andaluces.

los premios a la calidad de los AOVES



La consejera de Agricultura dio a conocer el fallo de los premios a la calidad. /ag

La consejera de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Carmen Ortiz, felicitó en Jaén a los ganadores de los XVIII Premios a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra de la Feria Internacional del Aceite de Oliva, Expoliva 2017, y los finalistas de este concurso por «la excelente calidad» de sus productos. La titular de Agricultura ha destacado el aumento del 51% en el número de participantes (140) respecto a la edición anterior, unas muestras que procedían de un total de nueve comunidades autónomas (Andalucía, Cataluña, Castilla La Mancha, Castilla y León, Extremadura, Madrid, Murcia, Navarra y Valencia) y otros países como Portugal y México.

Entre la procedencia de los aceites vencedores en esta edición del concurso destaca especialmente la provincia de Jaén, con casi la mitad de los premios (seis de un total de 14). La producción cordobesa también cuenta con una representación relevante, con tres aceites laureados. Además de estos territorios, los galardones Expoliva 2017 reconocen también la calidad de aceites de oliva procedentes de Almería y Málaga, así como de otras comunidades autónomas (Cáceres, Navarra y Tarragona).

En la categoría frutados verdes intensos se ha concedido el premio este año a 'Oro Bailén Reserva Familiar Picual' de Aceites Oro Bailén Galgón 99 (Villanueva de la Reina, Jaén). El reconocimiento al mejor frutado verde medio es para 'Molino del Genil Premium Picual' de Molino del Genil (Córdoba). Además, el premio en la categoría de frutados maduros se entregará a 'Oro San Carlos de Pago' de los Baldíos de San Carlos (Majadas, Cáceres). En cuanto al sector ecológico, el jurado ha reconocido al aceite 'Finca La Torre' de Aceites Finca La Torre (Bobadilla, Málaga) como el mejor frutado verde intenso procedente de producción ecológica. El galardón en la categoría de frutados verdes medios ecológicos ha recaído en 'Oro del Desierto Hojiblanca' de Rafael Alonso Aguilera (Tabernas, Almería). El último aceite ecológico reconocido con un premio, en este caso frutado maduro, es 'Abbae de Queiles' de Hacienda de Queiles (Tudela, Navarra).

'Oro Bailén Reserva Familiar Picual' recogerá además en Expoliva 2017 el premio a la calidad del aceite de oliva virgen extra de la provincia de Jaén, una categoría cuyo accésit ha recaído en 'Cortijo La Torre Premium' de Aceites San Antonio (Arjona, Jaén).

VI SALÓN INTERNACIONAL DEL ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

**diez años
exhibiendo los
mejores caldos**

Una década después de que se inaugurara el primer espacio especializado en aceites de oliva vírgenes extra de calidad singular, el Salón Expoliva Virgen Extra se ha constituido como el encuentro más destacado en el panorama internacional relacionado con la calidad de los aceites de oliva. En esta edición estarán presentes en este Salón aceites de más de 57 variedades de aceitunas de todo el mundo. El trabajo riguroso de productores, expertos y comercializadores ha impulsado la estrategia marcada por el conjunto del sector y las administraciones públicas a favor de la calidad, de la que el Salón es su más viva expresión.

Como en ediciones anteriores, la labor especializada y minuciosa del Jurado de los Premios a la Calidad de Expoliva, así como del Comité Técnico del Salón, ha dado como fruto la más exclusiva selección de aceites de oliva vírgenes extra a nivel internacional esta campaña oleícola.

El Salón Internacional del Aceite de Oliva Virgen Extra se concibe como un espacio para la exposición de aceites de suprema calidad, con una alta singularidad del producto, muy especializado en su orientación al mercado, y como consecuencia, con una afluencia de público profesional interesado en conocer los mejores aceites de oliva vírgenes extra producidos en la última campaña.

La exposición permite a los asistentes la valoración sensorial de todos los aceites de oliva vírgenes extra



seleccionados. La sexta edición del Salón Expoliva Virgen Extra volverá a congrega la mayor selección de aceites de oliva de suprema calidad galardonados en los más prestigiosos certámenes: los aceites finalistas y galardonados de los Premios de Calidad, Gran Picual y Menciones de Expoliva 2017; los caldos seleccionados de premios nacionales e internacionales de reconocido prestigio, así como los correspondientes Jaén Selección y Premios del Ministerio de Agricultura; los productores cuyas marcas están adscritas a Denominaciones de Origen; los aceites pertenecientes a otros países, de los que el Comité Técnico del Salón junto con las delegaciones extranjeras seleccionarán los aceites reconocidos internacionalmente por su calidad y otros aceites que el Comité Técnico del seleccionará entre los caldos más destacados y singulares en cada campaña en España.

Programa

En este Salón, el visitante de la muestra podrá participar en las sesiones de cata abierta programadas con, entre otros, los aceites ganadores de los Premios a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra, Premio Gran Picual y Menciones de EXPOLIVA 2017, o en las catas realizadas por los Consejos Reguladores de diversas Denominaciones de Origen.

A lo largo de los días de celebración del Salón tendrán lugar maridajes de especialidades gastronómicas con aceites de diversas regiones españolas y países productores presentes en el Salón. Estas sesiones gastronómicas están conducidas por chefs de reconocido prestigio en la escena actual y se desarrollan en el espacio central del Auditorio de Catas.

El Salón Expoliva Virgen Extra dispondrá de un renovado diseño en el que destaca el espacio central destinado al Auditorio de Cata en el



Las catas de los mejores aceites del mundo son uno de los atractivos del Salón de los AOVEs. *Jag*

que se desarrollarán las sesiones de valoración sensorial conducidas por expertos con la participación de productores españoles y de otros países cuyos aceites se hayan presentes en el Salón.

Uno de los mayores alicientes del Salón Expoliva Virgen



Extra lo constituyen las sesiones de cata abierta conducidas por expertos de reconocido prestigio en análisis sensorial. Con el apoyo de la tecnología Intrapanel, los participantes en las sesiones utilizarán sus propios móviles (smartphones) para ir desgranando los atributos sensoriales percibidos de los aceites.

Los productores de los aceites presentes durante la cata y los expertos

del Comité Técnico del Salón expondrán las características técnicas y métodos de producción utilizados en cada aceite.

Los parámetros de valoración analizados incluirán entre otros aspectos: tipo de frutado, descriptores predominantes, el reconocimiento de variedades exóticas procedentes de otros países, escala relativa de intensidades, etc.

Durante las tardes se orientarán las sesiones de cata para divulgar la calidad del aceite de oliva virgen extra entre colectivos específicos: escuelas de hostelería, especialidades formativas relacionadas con la alimentación, gastronomía, etc.

cinco foros y más de 180 comunicaciones



- ▶ **Olivar y medioambiente**
- ▶ **La Industria oleícola, tecnología y calidad**
- ▶ **Económico y Social**
- ▶ **La Cultura del aceite**
- ▶ **Foro de la Alimentación, la Salud y el Aceite de Oliva.**

Desde su puesta en marcha en la segunda edición de la muestra, el Simposio Científico de la Expoliva se ha convertido en uno de los foros más reconocidos a nivel internacional para dar a conocer avances y novedades que se producen en el sector oleícola. En esta ocasión, se expondrán los trabajos de más de 450 investigadores de todos los países productores de aceite de oliva, a través de más de 180 ponencias y comunicaciones. Entre otras cuestiones, en el simposio se

abordarán temas como la coyuntura actual de los precios del aceite, la situación de nuevas plantaciones, así como las actuaciones que se vienen realizando para la prevención y control de la 'Xylella fastidiosa'.

El Simposio se estructura en cinco grandes apartados: El foro del Olivar y Medioambiente, el Foro de la Industria Oleícola, Tecnología y Calidad, el Foro Económico y Social, el Foro de la Cultura del Aceite de Oliva y el Foro de la Alimentación, la Salud y el Aceite de oliva. Asimismo se

desarrollan ponencias y comunicaciones sobre el Paisaje del Olivar, dentro del foro del Olivar y Medioambiente, o las que se presentan en el denominado Grupo Enfoque.



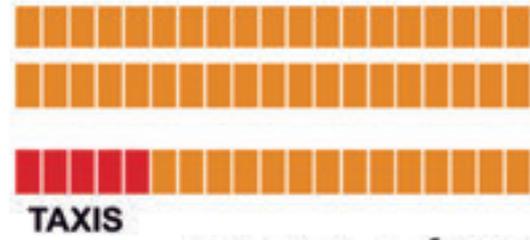
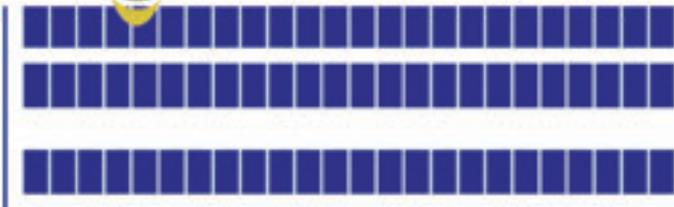
ESPACIOINNOVA, EL MAYOR FORO DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA PARA LA INDUSTRIA OLEÍCOLA

Citoliva organiza el próximo 12 de mayo en Jaén, en el marco de la Expoliva la V edición de Espacioinnova 'Transferencia y Acción', el foro referente de transferencia científica y tecnológica para la industria oleícola, que se convertirá en principal punto de encuentro de administraciones públicas, el tejido empresarial, la comunidad investigadora y las organizaciones sectoriales vinculadas a la I+D+i.

Como novedad, esta edición estará organizada conjuntamente con el Centro Tecnológico AZTI, con el objetivo de potenciar la innovación en el sector olivarero y en otros sectores afines. AZTI y Citoliva presentarán en distintos bloques temáticos, los últimos avances en el campo de la valorización, la mejora de la calidad del aceite de oliva y la lucha contra las enfermedades que amenazan a nuestro cultivo.

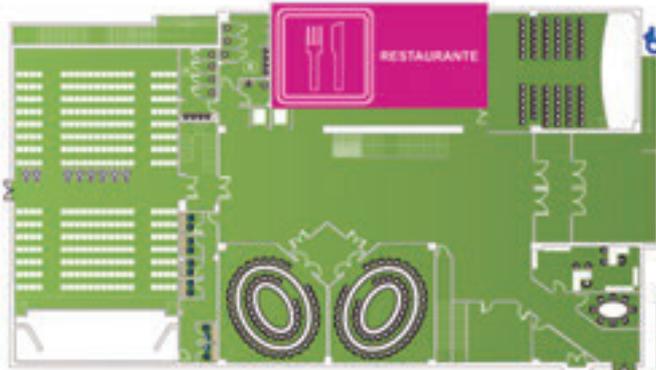
En el primer bloque, AZTI celebrará un Workshop en el que dará a conocer los principales resultados del proyecto europeo SUMO (Sustainable Use of bioMass from Oleaginous processing), financiado por Eranet Lac, en el que participan centros de referencia en investigación alimentaria pertenecientes a distintos países europeos y latinoamericanos..

En el segundo bloque, Citoliva hará públicos los últimos avances en el tratamiento del fruto para mejorar la calidad de los aceites vírgenes extra, extraídos de un estudio pionero en España que está llevando a cabo, denominado «Aove Premium»: Tecnología Postcosecha en la obtención de Aceite de Oliva Virgen Extra Premium', financiado por la Consejería de Economía.

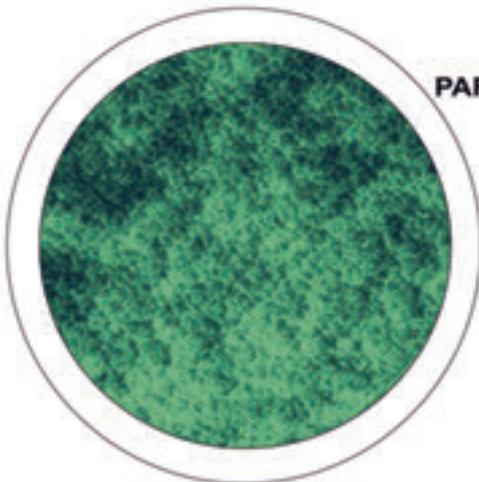
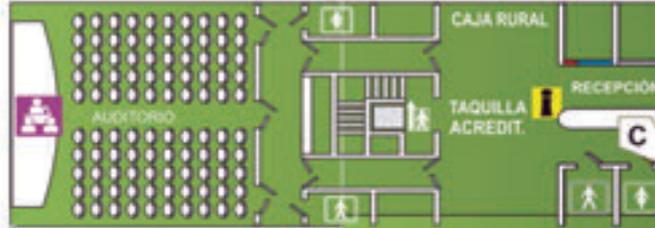


PALACIO DE CONGRESOS

PABELLÓN C



Taquilla



P

PARADA BUS

Taquilla

Acceso Carpa Cifarelli



CARPA CIFARELLI



SALA PRESENTACIONES

GEOLIT



La Feria en datos

Fecha: 10 al 13 Mayo/17.
Ámbito: Internacional
Lugar: Recinto de Ferias y Congresos IFEJA, Jaén.

Expositores: 326, que representan a 923 empresas y 4.215 marcas comerciales. 37 de ellos internacionales de 11 países.
Presencia: los 57 países productores de aceite en el mundo.
Simposio: 182 comunicaciones. **Salón AOVE:** los 165 mejores aceites

CAJA RURAL

CARPA GALPAGRO

PABELLÓN TURBOCÁDIZ



así fue
la Expoliva
2015

crecieron las visitas de profesionales y el número de expositores de otros países

Expoliva 2015 cerraba su edición decimoséptima con un éxito sin precedentes, con los mejores datos de expositores, metros ocupados y presencia internacional hasta la fecha. La Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines convocó a cerca de 50.000 visitantes profesionales a sus más de 31.000 metros cuadrados de exposición. La feria logró incrementar la cifra de visitantes respecto a la edición de 2013 (unos 2.000 más), sin embargo la mejora fue espectacular entre los profesionales extranjeros. Se pasaba de los 2.600 de 2013 a 3.353 en esta edición y si nos remontamos a 2011, el aumento es del 300%, llegando de 40 países, como Argentina, China, Chile, India, Taiwan, México, Uruguay, Polonia, Turquía o Ghana.



Fue sin duda la feria provincial con mayor proyección internacional, situando a Jaén en el punto de interés del mundo del olivar y el aceite. La feria contó con 280 expositores, 31 de ellos de otros países (Alemania, Argentina, Eslovenia, Francia, Grecia, Hungría, Italia, Portugal, Túnez y Turquía), lo que supuso un incremento del 22% sobre la edición anterior.

En esa edición se incrementó el espacio expositivo, con un área cercana al pabellón cubierto de unos 1.200 metros. Además llegaron nuevas empresas importadoras para tratar de fomentar la apertura de nuevas líneas de negocio. Se celebraron tres misiones comerciales, una centrada en el aceite, otra de maquinaria y una más sobre

transferencia tecnológica. En ellas se llevaron a cabo 520 encuentros entre empresas compradoras de 12 países y 63 vendedores jienenses.

Una de las más importantes líneas de trabajo que se incluían una vez más en la programación de la Feria Expoliva fue la divulgación de estudios de los mejores profesionales relacionados con el sector del aceite de oliva. En la sala Guadalbullón se expusieron 150 comunicaciones, las seleccionadas para participar en la XVII edición del Simposio Científico-Técnico del Aceite de Oliva, organizado por la Fundación para la Promoción y el Desarrollo del Olivar y del Aceite de Oliva.

En este evento la cifra de participantes crecía un 14% respecto a la edición de 2013, y en total se desarrollaron

210 ponencias, un 5% más que en la edición anterior. Los estudios se estructuraron en cinco líneas temáticas: el foro de alimentación, salud y aceite; el foro del olivar y medioambiente; el foro de industria oleícola, tecnológica y de calidad; el foro económico y social, y el foro de cultura, oleoturismo y paisaje del olivar.

Entre las disertaciones se expuso la apuesta desde Jaén y Andalucía para que el Paisaje del Olivar sea declarado Paisaje Cultural Patrimonio de la Humanidad. Se abordaron temas como la PAC 2015-2020, la eficiencia energética y la modernización de las zonas regables, o la diversificación del olivar, y también se presentaron las últimas novedades en técnicas y procesos industriales.



aceite de España para el mundo

España ha producido 1.274.000 toneladas, de las que 820.000 se han vendido entre octubre-marzo, merced al fuerte ritmo de las exportaciones, 504.000 toneladas en esos 6 meses. La campaña aceitera 2016/2017 se cierra prácticamente con los datos a 30 de marzo ofrecidos hace unos días por el Ministerio de Agricultura, cuyas cifras hablan de una campaña media alta a nivel de todo el país, que llegan en un momento en el que las perspectivas de la próxima son poco optimistas a tenor de lo que está deparando la climatología con un otoño y un invierno con precipitaciones muy por debajo de las que necesita el olivar. El olivo está en plena floración y de cuaje de la aceituna en los próximos meses con unas reservas de agua muy escasas que hacen hablar al sector de un estrés hídrico de las plantaciones que puede hacer peligrar la producción de la próxima campaña.



La actual campaña ha venido marcada por unos datos de producción que se han acercado a los ofrecidos por los aforos oficiales pero que no han llegado. A nivel nacional han sido 1.274.000 toneladas; en Andalucía han sido 1.045.000 y en la mayor productora han sido 502.000 toneladas, 29.000 por debajo de las que señalaba el aforo de la Junta de Andalucía el pasado mes de octubre.



Otra de las características de esta campaña ha sido el alto nivel alcanzado por las exportaciones de oro líquido español en estos primeros seis meses (octubre-marzo), con 504.000 toneladas, fruto de las malas campañas registradas por los países competidores de España. Así, entre exportaciones y consumo interno, que se retrae algunos puntos (9% menos) respecto a la pasada, pero que suma casi 260.000 toneladas, España ha puesto ya en el mercado 820.00 toneladas, por lo que de seguir esos ritmos de comercialización en los próximos meses se augura una final de

campaña con escasas existencias en las bodegas.

Los datos

La producción de aceite de oliva a finales de marzo se eleva a 1.272.400 t, un 11% por encima de la media de las cuatro anteriores. Se constata un excelente comportamiento del mercado exterior, lo que se traduce en una positiva evolución de la comercialización total.

Según los datos oficiales de la AICA, a través de la Mesa Sectorial del Aceite de Oliva y la Aceituna de Mesa, a 31 de marzo, la producción de

ese mes, que viene a cerrar la campaña, ha sido de 36.400 t, una de las más elevadas de los últimos años en este mes. De esta forma, la producción acumulada se sitúa en 1.272.400 toneladas, lo que supone un incremento del 11% respecto a la media de las cuatro anteriores.

BALANCE CAMPAÑA ACEITERA 2016/2017

Datos en toneladas a 30 de Marzo 2017. Fuente: AICA

	Existencias iniciales	Aceite producido	Aceite importado	Ventas	Existencias finales
ESPAÑA	190.133,18	1.274.406,48	22.140,49	820.706,86	665.973,26
ANDALUCIA	157.012,44	1.045.875,92	16.749,18	649.863,92	569.773,62
ALMERIA	665,92	11.098,07	21,87	9.653,79	2.132,07
CADIZ	1.113,90	10.328,19	57,79	7.751,05	3.748,83
CORDOBA	34.836,62	264.825,41	3.712,36	167.844,69	135.529,70
GRANADA	22.447,75	107.134,98	1.946,06	69.423,97	62.104,82
HUELVA	527,27	7.272,22	0,00	5.380,19	2.419,30
JAEN	78.521,58	502.540,54	10.537,24	304.022,99	287.576,37
MALAGA	9.159,63	46.423,61	62,65	28.907,18	26.738,71
SEVILLA	9.739,77	96.252,90	411,21	56.880,06	49.523,82

EXPORTACIONES DE ACEITE. COMPARATIVA 6 ÚLTIMAS CAMPAÑAS						
Datos a 30 de Marzo de 2017. Fuente: AJCA						
MES	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17
OCTUBRE	82.8	68.6	78.5	78.0	47.0	70.1
NOVIEMBRE	77.3	62.3	78.6	93.0	55.9	78.2
DICIEMBRE	68.6	47.4	78.7	74.1	69.9	74.2
ENERO	59.3	43.6	85.6	63.3	62.6	86.7
FEBRERO	63.1	38.6	103.4	69.3	69.1	96.4
MARZO	74.5	38.0	99.4	79.0	67.3	99.0
ABRIL	59.5	41.0	86.6	61.1	73.8	
MAYO	80.5	43.9	104.5	66.4	98.0	
JUNIO	75.0	52.0	103.4	62.9	81.3	
JULIO	80.0	59.6	116.5	74.8	89.4	
AGOSTO	75.3	64.1	85.6	48.8	78.8	
SEPTIEMBRE	79.6	70.9	82.1	55.7	73.0	
TOTAL	875.5	630.0	1.102.9	826.4	866.1	504.6

Igualmente, cabe destacar el excelente comportamiento del canal exportador, que sigue una tendencia creciente. En concreto, las 99.000 Tm exportadas durante el pasado mes de marzo superan en un 40% a la media para este mes y es una de las cifras más altas de las últimas campañas.

Al exterior

En su conjunto, las exportaciones acumuladas se elevan a 504.600 toneladas, situándose por encima de la campaña pasada y de la media en un 36% y un 22%, respectivamente. Estos datos tienen un efecto muy positivo en la comercialización total, la cual supera ampliamente a la media y a la anterior campaña.

En lo que concierne a las cotizaciones del aceite de oliva en origen, el mercado se ha mostrado estable en las últimas semanas, con algunas oscilaciones y con una tendencia moderada al alza. A nivel internacional, se muestra también estabilidad en las cotizaciones, situándose por encima de las de

nuestro país para los aceites de mayor calidad.

Según los datos recogidos en el boletín de comercio exterior de aceite de oliva correspondiente a los cinco primeros meses de campaña (sept-16/feb-17), se pone de manifiesto el balance positivo de las exportaciones en este periodo, con incrementos significativos tanto en volumen como en valor. En concreto, destacan los incrementos registrados en los volúmenes exportados a Italia (+69%) y Portugal (+49%) en la UE, respecto a la campaña 2015/16. En el ámbito extra comunitario, destacan los aumentos producidos a Brasil (+112%), Australia (+49%) y Japón (+24%). El mercado



norteamericano mantiene un notable incremento del 29% respecto la media, si bien ha descendido ligeramente en relación a la campaña anterior, que fue récord.

El notable incremento de las exportaciones junto con una disminución de las importaciones ha supuesto un aumento de la tasa de cobertura en un 34% respecto a la media, situándose en el 1.116%.

Mercado

La producción de aceite hasta el 31 de marzo es de 1.272.400 toneladas, lo que supone un 9% menos que el obtenido en la campaña pasada y un 11% superior a la media de las cuatro últimas. La aceituna molturada ha sido 6.452.516 toneladas, con un rendimiento medio de 19,7%, 0,8 puntos por debajo del de la

(Pasa a pág. siguiente)

(Viene de la pag. anterior)

campaña pasada en las mismas fechas.

Las exportaciones, con datos también provisionales para el mes de marzo, se estiman en 504.600 toneladas, con un aumento del 36% respecto a la campaña anterior y del 22% en relación a la media de las cuatro últimas campañas. La media mensual de salidas en este periodo ha sido de 84.100 toneladas, mientras que las importaciones, con datos provisionales para el mes de marzo, se estiman en 52.100 toneladas.

El mercado interior aparente ha alcanzado la cifra de 257.500 toneladas, cantidad que disminuye en un 9% respecto a la campaña pasada y en un 3% con respecto a la media de las cuatro campañas precedentes. La media mensual de salidas en este semestre ha sido de 42.920 toneladas.



La comercialización total, que incluye el mercado interior aparente y las exportaciones, ha llegado hasta 762.100 toneladas, lo que supone un incremento del 16,5% con respecto a la campaña anterior y del 12% respecto a la media de las cuatro últimas. La media mensual de salidas de este periodo ha sido de 127.020 toneladas.

El volumen total de existencias es de 893.400 toneladas ha disminuido en un 6% respecto a la media de las cuatro campañas anteriores. En las almazaras se almacenan 665.400 toneladas lo que supone un descenso del 5% respecto a la media de las cuatro precedentes, en la FPCO 31.500 toneladas mientras que en las envasadoras, refinerías y operadores se sitúan otras 196.500 toneladas.

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN ACEITERA EN JAÉN 20 ÚLTIMAS CAMPAÑAS . DE LA 97/98 A LA 2016/17					
CAMPAÑA	ALMAZARAS	EXISTENCIAS INICIALES	ACEITE PRODUCIDO	VENTAS	EXISTENCIAS FINALES
16/17 (*)	328	78.521	502.540	304.022	287.576
15/16	328	18.848	531.578	484.298	78.290
14/15	324	177.118	231.296	400.634	19.225
13/14	323	77.176	751.610	667.285	177.290
12/13	322	253.071	141.491	327.624	77.266
11/12	326	173.468	681.728	629.477	254.380
10/11	326	150.015	589.729	583.579	173.543
09/10	327	63.388	570.097	559.108	150.015
08/09	326	13.114	433.862	499.277	63.207
07/08	327	65.326	496.669	464.376	113.065
06/07	327	53.714	504.988	520.120	65.295
05/06	337	58.312	266.398	271.360	53.350
04/05	335	132.922	424.198	498.834	58.285
03/04	333	12.565	611.000	490.504	133.061
02/03	327	127.310	375.053	489.286	13.076
01/02	326	34.376	613.425	520.496	127.304
00/01	322	59.470	465.273	490.397	34.346
99/00	326	185.392	221.551	347.656	59.286
98/99	321	36.160	372.368	223.302	185.226
97/98	316	65.643	431.885	459.509	38.119

(*) Datos a 30 de Marzo de 2017. Fuente: AICA

El estrés hídrico que sufre el olivar desde hace varias campañas, agudizado este año por las escasas precipitaciones del otoño-invierno, hacen peligrar la producción de la próxima campaña que está gestándose estas semanas

CONSUMO INTERNO DE ACEITE DE OLIVA Comparativa 5 últimas campañas. Datos en miles de Tm. AICA a 30 Marzo/17					
MES	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17
OCTUBRE	39.1	42.9	39.1	31.3	35.5
NOVIEMBRE	38.5	33.4	42.2	43.6	40.7
DICIEMBRE	42.7	54.3	48.5	58.3	47.2
ENERO	43.0	70.9	52.8	45.7	53.0
FEBRERO	45.8	47.9	30.4	49.6	38.0
MARZO	27.6	46.6	37.7	53.9	43.1
ABRIL	44.4	48.2	45.6	48.6	
MAYO	45.4	46.8	50.7	28.5	
JUNIO	45.2	36.7	42.6	41.4	
JULIO	55.9	38.1	32.0	35,2	
AGOSTO	37.6	33.7	37.9	33.9	
SEPTIEMBRE	34.0	37.0	35.3	32.5	
TOTAL	499.2	536.5	494.8	502.5	257.5

el mercado exterior, camino de récord

Ventas de aceite español al exterior. Unas exportaciones mensuales por encima de la pasada campaña y de la media, con tendencia creciente, sitúan la media mensual en 81.108 toneladas, superando a la media en 10.000 toneladas y siendo la segunda cifra más alta de las últimas campañas, con la sola excepción de la 2013/14 que fue récord.



Las ventas españolas de aceite en esta mitad de campaña se caracterizan por incremento de las salidas a todos los destinos, tanto respecto a la pasada campaña como a la media, pero de una forma más marcada a la UE en relación a la anterior, cuyo peso se recupera pasando a representar el 71% de las exportaciones, similar a una campaña media. El aumento del volumen de las exportaciones intra UE ha sido de 89.000 toneladas y 306 millones de • respecto a la campaña pasada.

El incremento del valor global respecto a la anterior campaña en proporción al aumento de las cantidades es sin embargo, con respecto a la media la subida, mucho más significativo en valor que en volumen, lo que denota una fuerte revalorización del producto, más marcada en el caso de las expediciones a la UE, como lo ponen de manifiesto los valores unitarios. Por zonas, se registran incrementos significativos de los volúmenes exportados a Italia (+69%) y Portugal (+49%) en la UE,



respecto a la campaña 2015/16. En el ámbito EXTRA UE destacan los aumentos producidos a Brasil (+112%), Australia (+49%) y Japón (+24%). El mercado norteamericano, si bien mantiene un notable incremento del 29% respecto la media, ha descendido en relación a la campaña anterior, que fue record. No obstante, hay subidas generalizadas para todos los destinos de los valores unitarios respecto a la media. En cambio el comportamiento respecto a la campaña pasada es desigual según mercados. En el caso de los dos principales, Italia y EEUU, se han revalorizado un 2% y 3% respectivamente. En el caso de Andalucía, las exportaciones de aceite de oliva en los cinco primeros meses de campaña 2016-17 (de octubre a febrero) han

superado los 2.180 millones de euros, un +39% más que mismo periodo de la campaña anterior.

En Andalucía, el volumen exportado desde octubre de 2016 a febrero de 2017 aumentó el 41% respecto de la campaña anterior, lo que ha supuesto alrededor de 179.000 toneladas más que en 2015-16. Los principales mercados de destino en estos meses han sido: Italia, con 445 millones de euros (+123% más que en el mismo periodo de la campaña anterior); Portugal, con 111 millones (+48%) y Francia, con 89 millones (+21%). EEUU sigue ocupando una relevante segunda posición, aunque experimenta, hasta febrero, un descenso del -5,7%, con 133 millones de euros. En Reino Unido no se perciben consecuencias negativas desde la celebración del Brexit y se asienta como quinto mercado más importante con un ligero repunte del 0,42%.



consumo mundial de aceite de oliva

GINÉS DONAIRE

La producción mundial de aceite de oliva ha vuelto a situarse en la última campaña en el umbral de los tres millones de toneladas, según los datos del Consejo Oleícola Internacional (COI). En la campaña pasada, con los precios ya al alza, las exportaciones se mantuvieron elevadas hasta casi las 900.000 toneladas con el sostenimiento de las ventas en los mercados tradicionales y el incremento en países emergentes en la demanda de aceite como China o Japón, además de Estados Unidos, aunque se pierden posiciones en otros como Australia por las campañas locales en favor de la producción propia. En el mercado interior también se produjo una ligera recuperación hasta superar las 500.000 toneladas.



Casi el 70% de las ventas al exterior de aceite de oliva se hicieron a la Unión Europea, seguida por otros países productores como Túnez, Marruecos o Turquía. Pero, según los datos del Consejo Oleícola Internacional, el comercio de aceite de oliva registra un incremento del 25% en China y del 6% en EE.UU.

Más del 83% del consumo mundial de aceite de oliva se lleva a cabo en los propios países productores, según el estudio sobre el sector internacional del aceite de oliva presentado por Juan Vilar, consultor estratégico y experto en Economía Oleícola. A su juicio, la expansión que está viviendo actualmente el consumo del aceite de oliva se produce por la familiaridad, «es decir, en primer término, un país se incorpora al consumo, posteriormente si su geografía y orografía lo permite, comienza a producir su propio aceite, y tras ello su consumo se dispara necesitando importar masivamente el mismo». Un claro ejemplo de este proceso son países como

Brasil, China, o Arabia Saudí que, tras comenzar a producir, ha incrementado su consumo de aceite por encima del 100% en los últimos años.

Por ello, Juan Vilar pone de relieve que la incorporación de nuevos países productores de aceite de oliva no supone una amenaza para los grandes productores tradicionales, como España, sino que representa una oportunidad para comercializar sus excedentes. Actualmente se produce aceite de oliva en 47 países de los 5 continentes, aunque España, Italia, Grecia, Túnez y Siria aglutinan el 80% de la producción mundial. En cuanto a las tendencias de consumo, el aceite de oliva ya se consume

en 169 países, aunque Italia, España, Estados Unidos, Grecia, Siria y Turquía concentran más del 63% del consumo total internacional. Estas cifras tienen como referencia las estadísticas de las diez últimas campañas oleícolas.

Si se atiende a los excedentes medios de la última década, España, Grecia, y Túnez, acumulan más de un millón de toneladas de media, por lo que «estos tres países deberían trabajar de forma estratégica para potenciar de forma conjunta el consumo internacional, priorizando el consumo interno, pues los efectos son



inmediatos y los recursos usados menos, en sus respectivos países sobre todo, pues compiten entre sí en el mercado globalizado», reflexiona Juan Vilar.

«Cada 10 segundos se consume en el mundo una tonelada de aceite de oliva», subraya Juan Vilar. Ahora bien, el consumo de aceite de oliva apenas supone poco más del 2% de la producción mundial de aceites y

grasas y las previsiones apuntan a un crecimiento sostenido de la oferta. «Con una producción mundial que llegará a los cuatro millones de toneladas en poco tiempo se puede provocar un claro desequilibrio en el mercado si la demanda no evoluciona hacia cotas similares, es decir, si no crece en la misma proporción y se produce un exceso de oferta», advierten los expertos.

Europa Avanzar es lo que vamos a hacer

24h en la cocina con Aceite de Oliva Virgen Extra

DE ORIGEN 100% VIRGEN EXTRA SIERRA MAGINA

CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN SIERRA MAGINA JAÉN

www.sierramaginanoticias.org
www.sierramagina.org

Sierra Magina Denominación de Origen D.O. Del Montado de Sierra Magina, 2007 Sierra Magina Teléfono: +34 952 712 880 email: sierramagina@sierramagina.org

Sierra Magina Denominación de Origen D.O. Del Montado de Sierra Magina, 2007 Sierra Magina Teléfono: +34 952 712 880 email: sierramagina@sierramagina.org



arranca la construcción de la nueva PAC post2020

GINÉS DONAIRE

Andalucía prepara ya su estrategia ante la nueva Política Agraria Común (PAC) a partir de 2020. La consejera de Agricultura, Carmen Ortiz, ya ha avanzado que la Junta de Andalucía apuesta por una política comunitaria que «apoye específicamente los cultivos con desventajas justificadas como el olivar en pendiente y que evite la despoblación del medio rural fomentando el empleo y el mantenimiento del tejido productivo de las zonas rurales, con especial atención a las explotaciones de pequeño tamaño, mayoritarias en el olivar».

Además, para Ortiz es también importante que tras 2020 esta política comunitaria avance en el equilibrio de la cadena alimentaria a nivel europeo haciendo efectiva la excepción a la norma de competencia para el sector agrario que contempla el tratado de la Unión Europea. Esta medida «permitirá

mayor estabilidad en los precios del aceite sin comprometer la rentabilidad de las explotaciones olivereras», enfatizó Ortiz.

La Consejería de Agricultura trabaja en unión con el sector agrario a través del Grupo de Trabajo Técnico creado recientemente. Su intención,



como señaló la consejera, es «presentar una posición única ante Madrid y Bruselas para poder influir en esa primera etapa antes de que se elaboren las primeras propuestas legislativas». También se plantea que el olivar de alta pendiente y de montaña tenga acceso prioritario a las ayudas acopladas que se fijen en el reglamento de la UE; que se aprueben en nivel de ayudas importante para la incorporación de jóvenes a la actividad agraria a través de los programas de desarrollo rural; que existan mecanismos en forma de ayudas para reconvertir o modernizar las plantaciones que así lo requieran con el fin de hacerlas siempre competitivas en el mercado global.

Más ayudas

Hay que recordar que Andalucía es la comunidad autónoma que más ayudas recibe de la PAC de España. Casi uno de cada tres euros que llegan al país procedente de las ayudas europeas tiene como destino el campo andaluz.

También el Gobierno de la nación ha iniciado los trabajos para el diseño de la nueva PAC de la mano del sector agroalimentario. Lo hizo en una conferencia celebrada a finales de





marzo y donde se abordaron temas como los pagos directos, los mercados y la red de seguridad, la cadena alimentaria, el desarrollo rural, y las perspectivas agroalimentarias. El objetivo, según informó el Ministerio, es identificar el futuro papel de la agricultura española en Europa en el año 2020, teniendo en cuenta las perspectivas territorial, sectorial y de sostenibilidad que aseguren y fortalezcan la competitividad de nuestro sistema agroalimentario. La intención del ministerio que dirige Isabel García Tejerina es aprobar las propuestas de las comunidades en una Conferencia Sectorial de Agricultura y Desarrollo Rural.

Por su parte, la Comisión Europea también anunció su intención de abrir en los primeros meses de 2017 una consulta pública para recoger todas las propuestas de los Estados miembros, según señaló el presidente de la Comisión Europea, Jean-Claude Juncker, en la inauguración de la Conferencia sobre la Perspectiva Agrícola de la Unión Europea (Agricultural Outlook Conference 2016), celebrada recientemente en Bruselas. Todas las aportaciones realizadas por los productores

Europeos conformarán lo que será la primera comunicación sobre el futuro de la PAC, que se presentará a finales del próximo año.

Organizaciones

En Jaén, la Unión de Pequeños Agricultores (UPA) ha anunciado que propondrá al Ministerio «una PAC pos 2020 que beneficie a los pequeños y medianos agricultores y ganaderos profesionales». El secretario provincial de esta organización agraria, Cristóbal Cano, ha defendido que la PAC apoye, de una forma prioritaria, a la agricultura familiar sostenible, adoptando medidas enfocadas a los verdaderos agricultores y ganaderos profesionales que ejercen su actividad productiva ligada a la economía del medio rural y a la fijación de la población en el territorio «y no repartiendo dinero en entidades cuyo único objetivo es recibir pagos de la PAC, con intereses fuera del sector agrícola, y que, además, no reinvierten ese dinero en mejorar las explotaciones ni en la generación de empleo».

En este sentido, ha exigido una nueva definición de agricultor activo que fortalezca realmente esta figura. «Desde

países de la Unión Europea», manifestó Cano.

Sostenible

Además, partiendo de la base de que la futura PAC será más medioambiental y sostenible que nunca, ha afirmado que se debe primar la productividad de la tierra para evitar su abandono, se debe redefinir el coeficiente de admisibilidad de pastos, se han de introducir medidas de mitigación del cambio climático, y se tiene que estimular el relevo generacional mediante potentes medidas que incentiven la incorporación de los jóvenes agricultores a la actividad.

Por último, la UPA también exigirá a las administraciones europeas que en la futura PAC se fortalezca la posición del agricultor y del ganadero en la cadena de valor agroalimentaria. «La lucha contra las políticas abusivas de la gran distribución y la reclamación de precios justos por encima de los costes de producción han sido nuestra bandera de defensa de los agricultores, especialmente de los olivereros, en los últimos años», apostilló Cano, para quien es clave en la negociación con Bruselas que el futuro marco



Gobierno y CC AA inician la elaboración de la postura española ante la nueva PAC post2020. /ag

UPA tenemos muy claro que Jaén y Andalucía no puede volver a perder recursos, como está ocurriendo en el actual marco presupuestario. Por eso reclamamos un reparto más justo mediante la aplicación de unos techos de ayudas como ya se aplican en otros

presupuestario incluya mecanismos de regulación del mercado, sobre todo para evitar los dientes de sierra y los excesivos vaivenes en los precios dependiendo de las producciones, así como la protección de nuestros productos frente a terceros países.



Andalucía pierde 900 millones en la actual PAC



GINÉS DONAIRE

Mientras se aceleran los debates sobre la PAC a partir de 2020, Andalucía ya ha hecho su balance de la actual PAC 2014-2020. La consejera de Agricultura, Carmen Ortiz, señaló que Andalucía perderá 902,5 millones de euros en esta PAC, unas pérdidas que duplican la previsión que realizó la Junta en 2014. Según los datos facilitados por la Junta, la pérdida final en el capítulo de ayudas directas a los agricultores y ganaderos de la comunidad alcanza los 616,5 millones de euros. A ello se suman 286 millones en fondos de desarrollo rural que el Ministerio recortó a Andalucía, única de las 17 comunidades autónomas a la que se le redujo este presupuesto (211 millones de fondos europeos y 75 de la cofinanciación estatal).

Carmen Ortiz subrayó que en el caso de las ayudas directas, los agricultores y ganaderos andaluces sufrirán un recorte que el Ejecutivo central siem-

llegó a garantizar que el sector agrario andaluz perdería como mucho el 0,67% en ayudas directas (60 millones de euros), cuando la realidad es que va a perder un 6,29% (616,5 millones). La consejera ha destacado que el recorte en este capítulo de pagos directos se debe a dos medidas del Gobierno de España que no venían impuestas por Bruselas. La primera de ellas consiste en aplicar un recorte del 8,64% en todos los derechos de pago único, lineal en lugar de progresivo, tal y como defendía la Junta.

La segunda de las medidas ha sido la puesta en marcha en 2015 de un nuevo modelo de ayudas directas que incrementa el presupuesto de las denominadas «asociadas» (aquellas que priman la producción en cultivos con especiales dificultades) pero excluye a sectores andaluces de gran importancia social y económica en riesgo de abandono, como el olivar en pendiente (más de 400.000 hectáreas, el 76% del total nacional), el trigo duro (220.000 hectáreas, 60%) o la uva pasa. La reducción del montante del pago básico para incrementar el de estas

ayudas asociadas se calcula en 59,1 millones de euros anuales, lo que supondrá una pérdida total de 354,6 millones de euros hasta 2020.

Respecto a los cultivos que sí se incluyen, el diseño de las ayudas se ha hecho a medida del tipo de producción de otras comunidades, sin tener en cuenta las necesidades específicas de explotaciones andaluzas como la remolacha o el caprino de leche andaluz.

Por provincias, todas se ven afectadas respecto al anterior periodo 2007-2013, aunque son Jaén y Córdoba las que sufren mayores recortes en las ayudas directas, con 272,1 y 109,6 millones de euros, respectivamente, sobre un total de 616,5 millones de pérdidas para Andalucía. Estas dos provincias presentan una elevada proporción de pequeños agricultores (que reciben menos de 5.000 euros), además de una fuerte implantación de sectores que han sido excluidos de las ayudas asociadas, como el olivar. Les siguen Granada, con una pérdida de 85,1 millones; Sevilla, con 58 millones, Málaga (46,8); Cádiz (20,1); Almería (13,6), y Huelva (10,7).



Mesa de Interlocución agraria en Andalucía. /ag

pre negó, pese a las advertencias de la Junta.

En este sentido, ha recordado que el ex ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente Miguel Arias Cañete calificó en su momento de «disparatadas» las estimaciones iniciales de la Administración autonómica —ahora muy por debajo de las definitivas— y

Diputación reconoce los 8 mejores AOVes jienenses de esta campaña

Jaén selección | 2017



Jaén selección 2017

Oro Bailén, Claramunt, Capricho del Fraile, Cortijo La Torre, Bravoleum, Melgarejo, Tuccioliva y el ecológico de Castillo de Canena son los elegidos entre los 54 caldos presentados

La Diputación ha dado a conocer los ocho aceites de oliva virgen extra que este año lucirán el distintivo Jaén Selección 2017, tras la cata concurso que se ha desarrollado durante dos días en el Centro de Convenciones del Recinto Provincial de Ferias y Congresos y en la que han participado un total de 54 aceites de esta campaña elaborados en la provincia. El presidente de la Diputación, Francisco Reyes dio a conocer el nombre de las empresas y de los virgen extra que durante este año contarán con el respaldo de este marchio de calidad y que estarán presentes en todas las acciones promocionales que realice la Administración provincial.

Los ochos aceites seleccionados este año son de la variedad picual, predominante entre los caldos presentados a este concurso. Los aceites de producción convencional distinguidos como Jaén Selección 2017 son Oro Bailén, de Aceites Oro Bailén Galgón 99 de Villanueva de la Reina; Claramunt Extra Virgin, de Olivar de la Monja de Baeza; Capricho del Fraile, de Fraile Llanos del Castillejo de Jaén; Cortijo La Torre, de Aceites San Antonio de Arjona; Bravoleum, de Explotaciones Jame de Villargordo; Tuccioliva, de la SCA San Amador de Martos; y Melgarejo Picual, de Aceites

Campoliva de Pegalajar. Además, en la categoría de aceite de producción ecológica ha sido elegido para ostentar este sello durante 2017 el virgen extra Castillo de Canena Biodinámico Picual, de Castillo de Canena.

Apuesta por la calidad

Tras conocerse el listado de aceites que contarán con el distintivo Jaén Selección en 2017, el presidente de la Diputación destacó la apuesta por la calidad, «que no es cosa de una

El presidente de la Diputación jienense subrayó el compromiso de la Administración provincial «por un sector muy importante para la provincia de Jaén desde el punto de vista del empleo, medioambiental, cultural y económico, pero conscientes de que tenemos que ir por delante de otros territorios. Por eso hacemos una inversión en acciones promocionales de nuestro aceite de oliva». En este sentido, Francisco Reyes ha adelantado que «estos aceites serán la punta de lanza de todas estas acciones durante este año».

Los ocho aceites seleccionados conformarán la columna vertebral del Plan de Promoción del Aceite de Oliva que lleve a cabo la Diputación de Jaén durante 2017 y



Reyes, junto a los empresarios oleícolas de los ochos caldos seleccionados. /ag

noche, sino que nació para quedarse, como ha quedado demostrado a través de los 54 aceites presentados en esta edición, más del 40% de ellos. Desde la Diputación venimos un tiempo trabajando en pro de esta calidad y hemos visto con satisfacción como se ha sumado el sector del aceite de oliva».

serán además los que han utilizado los cocineros finalistas del Premio Internacional de Cocina con AOVE, disputado en abril en el Salón del Gourmets. Además, estarán presentes en citas como Fitur, Madrid Fusión, la World Olive Oil, Expoliva o San Sebastián Gastronomika, entre otras.

seguro para explotaciones olivareras, una herramienta eficaz para proteger su cosecha

España, y más concretamente la comunidad autónoma de Andalucía, se caracteriza por ser el mayor productor mundial de aceite de oliva y de aceituna de mesa. Esta situación queda reflejada no solo en la gran extensión de superficie productiva que está dedicada a este cultivo, sino también en la contratación de los seguros agrarios.

Así para la pasada campaña, en la que ya se podían asegurar dos cosechas seguidas, se firmaron en total 11.367 pólizas de seguro, que daban cobertura a cerca de 250.000 hectáreas de cultivo y a 1,12 millones de toneladas de aceituna. Más del 80% de esta producción se concentra en la comunidad andaluza.

En la distribución por provincias, destacan, sobre todo, Jaén, con casi 4.900 pólizas y una producción asegurada de cerca de 590.000 toneladas de aceitunas; y Córdoba, con cerca de 1.350 pólizas y cobertura para más de 200.000 toneladas de aceitunas.



La inestabilidad climática de los últimos años está causando importantes daños en las cosechas, de tal manera que en el último ejercicio se pagaron más de 9,6 millones de euros de siniestralidad. Ante la posibilidad de verse afectado por este tipo de situaciones el Seguro para Explotaciones de Olivar se presenta como una herramienta eficaz para proteger las cosechas. Ahora es el

momento de contratar el módulo P, que incluye las coberturas frente a pedrisco y los riesgos excepcionales de fauna silvestre, incendio, inundación-lluvia torrencial, por lluvias persistentes y por vientos huracanados.

Además, al contratar este módulo puede obtener una bonificación de hasta el 25% de la prima comercial del seguro, lo cual contribuye a abaratar el coste del seguro.

A todo esto hay que añadir que se trata de un seguro subvencionado, tanto por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, a través de ENESA, que para este módulo puede alcanzar hasta un 38% de la prima comercial base neta, así como por la Junta de Andalucía.

+inf: www.agroseguro.es



la DO sierra mágina entregó sus premios a la calidad en la fiesta del olivar

La localidad jiennense de Jimena, ubicada en el corazón del Parque Natural de Sierra Mágina, acogió este pasado abril la XVIII Fiesta del Olivar y del Aceite de Oliva Virgen Extra de Sierra Mágina, en la que el Consejo Regulador de la comarca hizo entrega de sus premios anuales ‘Alcuza’ ‘Lechuza’ y ‘Pregonero’, con los que reconoce el esfuerzo por la calidad y la comercialización de los productores, almazaras y marcas inscritas.

La fiesta, que estuvo organizada por el Ayuntamiento de Jimena, la Denominación de Origen Sierra Mágina y la SCA Nuestra Sra. de los Remedios, contó con la colaboración de la ADR Sierra Mágina, la Caja Rural de Jaén, la Diputación de Jaén y la Fundación Cruzcampo, Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural.



Foto de familia de los galardonados con autoridades y responsables del la DO Sierra Mágina. /ag

Misericordia de Jódar, que embotella la marca ‘La Quinta Esencia’, y el segundo accésit para la cooperativa San Isidro de Huelma, con su marca ‘Santuario de Mágina’.

En cuanto a la categoría de bodegas pequeñas, inferiores a 800.000 kg, la premiada fue la almazara Arroyovil, de Mancha Real, que embotella con la marca ‘Conde de Argillo’. Obtuvo un primer accésit la cooperativa Trujal de Mágina de Cambil, cuya marca ecológica es ‘Verde Salud’, y un segundo accésit recayó en Monva, también de Mancha Real.

Respecto al premio a la calidad, los aceites tempranos ‘Dominus Cosecha Temprana’ de Monva S.L. (Mancha Real), ‘Melgarejo Cosecha Propia’ de Aceites Campoliva S.L. (Pegalajar) y ‘Oro de Cánava’ de Ntra. Señora de los Remedios (Jimena), fueron reconocidos en esta edición de los Premios Alcuza 2017, que otorga la DO a la calidad y excelencia en la fabricación de los vírgenes extra producidos en Sierra Mágina.

Programa

Para la ocasión se diseñó un amplio programa de actividades que

apostó por un concepto de aceite donde se unen gastronomía, deporte, cultura y naturaleza, en que los aceites extra tempranos de Sierra Mágina fueron el principal hilo conductor y en el II Concurso Gastronómico «Con D.O. #AOVE Sierra Mágina», que se celebró en la SCA Nuestra Sra. de los Remedios (Jimena), donde los amantes del aceite de oliva virgen extra mostraron sus dotes culinarias a través de la elaboración de platos basados en la cocina tradicional y de vanguardia con el aceite de Sierra Mágina como protagonista. Además, la profesora titular de la Universidad de Jaén, Adoración Mozas, impartió la conferencia «¿Tiene futuro el olivar?», que fue presentada por el Presidente del Consejo Económico y Social de la provincia de Jaén, Manuel Parras.

También, para los amantes de la naturaleza se desarrolló una ruta senderista familiar por el Parque Natural de Sierra Mágina situado en el término de Jimena, donde pudieron conocer y disfrutar de una serie de rutas por senderos y caminos rurales y disfrutar además de un desayuno saludable con aceite virgen extra «Sierra Mágina».



Participantes en las actividades de la Fiesta del Olivar. /ag

Premiados

En la XVIII edición de estos galardones, el Premio Lechuza a la mejor bodega recayó en la SCA San Roque de Carhelejo, que envasa sus aceites con la marca ‘Tierras del Marquesado’. El primer accésit fue para la cooperativa Santísimo Cristo de la

las exportaciones agroalimentarias crecen un 20% en enero y febrero

La consejera de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Carmen Ortiz, asistió en abril en Madrid a la inauguración del XXXI Salón de Gourmets, acto durante el cual destacó que Andalucía fue en 2016 la mayor exportadora de alimentos y bebidas de España con más de 10.000 millones de euros en estas ventas (20% del total nacional) y «esta tendencia continúa al alza» en los primeros dos meses de 2017. Entre enero y febrero, Andalucía ha comercializado productos agroalimentarios en el extranjero valorados en cerca de 2.200 millones de euros, un 26% más que en los mismos meses del año pasado.

Los productos con mayor valor exportado hasta febrero son las hortalizas frescas con 908 millones de euros (+33,5%), las grasas y aceites con 563 millones de euros (+54%) y las frutas frescas con 350 millones de euros (+7,7%). En cuanto a los principales destinos de los productos andaluces en los dos primeros meses de 2017, destacan Alemania (371 millones de euros), Italia (356 millones de euros), Francia (252 millones de euros), Reino Unido (212 millones de euros) y Países Bajos (184 millones de euros).

Carmen Ortiz esaltó que Andalucía es la comunidad autónoma con mayor número de denominaciones de calidad (alrededor de 60) y que sus productos son «muy apreciados por

su sabor, calidad y sostenibilidad». «El Salón de Gourmets es el mejor escaparate para promocionar nuestros productos y seguir conquistando los mercados internacionales», comentó la consejera.

Canadá

La titular de Agricultura se refirió en concreto a las relaciones comerciales de Andalucía con Canadá, país invitado de honor a esta edición de la muestra, afirmando que con la reciente aprobación del acuerdo comercial entre la Unión Europea y esta nación «se abren aún más oportunidades para el comercio de alimentos con este país, que tiene más de 35 millones de consumidores y un elevado poder adquisitivo». A modo de ejemplo, Ortiz ha citado el caso del aceite de oliva, sector en el que España tiene apenas un 8% de la cuota de mercado canadiense, «por lo que aún tenemos mucho margen para mejorar».

En 2016 Andalucía exportó a Canadá alimentos y bebidas por valor de más de 50 millones de euros, montante que supone un aumento del 11% con respecto a los datos de 2015. Principalmente se comercializaron

aceitunas (15,3 millones de euros), pimientos (8,6 millones de euros), arroz (cerca de 3,2 millones de euros) y naranjas (tres millones de euros).

Presencia andaluza

A la pasada edición del Salón de Gourmets asistieron un total de 293 empresas y entidades andaluzas, de las que 29 participan en la muestra en el espacio expositivo de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural. Este stand, ubicado en el pabellón 4 y con una superficie de 435 metros cuadrados, reúne a cinco Consejos Reguladores de denominaciones de calidad, la Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía (Landaluz) y 23 entidades agroalimentarias.

La consejera explicó que las empresas que asistieron presentaron productos novedosos como colecciones de autor de aceites de oliva.



La consejera, en el stand de los aceites de Segura en el Gourmets. /ag



SUSCRIPTORES

Súscribete y recibe en casa la primera revista de información sobre el sector agroganadero andaluz.

Un año de suscripción (6 números)

España: 20 euros. Otros países: 25 euros

Solicítela por fax: 953 226 373
o al e-mail: agranda@multipressjaen.es

agrAندا
Andalucía Agraria

DISPER presenta en Expoliva/17 su programa nutricional para olivo

La conocida marca de nutrición vegetal DISPER ha encontrado las fórmulas mediante las cuales se estimula el olivo en sus distintas fases, desarrollo vegetativo, floración-cuaje, engorde y maduración, incrementando la cosecha y el rendimiento graso.

DISPER Cu Max ha demostrado su efecto como tratamiento de cobre con el mismo nivel de eficacia que un producto tradicional, pero sin causar parada vegetativa.

Tras varios años de investigación y ensayos, la marca comprobó que su bioestimulante DISPER Chlorophyll favorece el desarrollo vegetativo, incrementa la longitud de nuevas brotaciones y recupera las ramas defoliadas.

La bioestimulación con DISPER Bloom potencia el proceso de floración y de cuaje lo que resulta en incremento de frutos y posteriormente de producción.



Los resultados de DISPER Size en las fases de engorde y maduración del fruto, consiguen tanto incrementar el peso de la aceituna como la producción de aceite, aumentando en un 15% la cosecha respecto a un tratamiento convencional de engorde y madu-

ración. La marca DISPER estará presente en el stand número 27 de la Carpa Cifarelli en la muestra Expoliva 2017.

Ahí se encontrarán técnicos que explicarán a los visitantes las soluciones DISPER que más le convengan a su cultivo.

