

LETTRE DE VEILLE - MEDIA WATCH

DÉCEMBRE/DECEMBER

Pays membres du COI/IOC Members

La menor producción de aceite de oliva en Argelia hará subir los precios - La escasa producción de aceite de oliva en esta campaña, la falta de una red comercial regulada y la incidencia de otros factores contribuirán a que el precio del aceite de oliva aumente durante los próximos meses en Argelia. Según publica L'Expression, la subida de precios que había experimentado el aceite de oliva en origen en las últimas tres campañas se ha roto en la presente, debido fundamentalmente a la incertidumbre climática. Al principio de la campaña, el quintal de aceituna se vendía entre 3.000 y 4.000 dinares argelinos (30 y 40 euros) en las almazaras, lo que repercutió positivamente en el mantenimiento del precio del aceite. En ese momento actuaron los intermediarios, que acuden de otras regiones y adquieren la aceituna para transformarla. Apenas había finalizado la temporada pasada, las almazaras ya no disponían de stock. Para 'contraatacar', los profesionales se han agrupado en una asociación afiliada a la Cámara de Agricultura y exigen que se adopten medidas. Por su calidad, el aceite de la región de M'Chedallah es conocido a nivel mundial, ya que su tasa de acidez no alcanza el 1%, una circunstancia que permite y favorece su exportación. La campaña que acaba de comenzar se prolongará hasta el mes de febrero. La escasez de la materia prima obligará a los agricultores "a

recolectar todo lo posible". El gran problema del sector productor de aceite de oliva argelino se basa en unas malas prácticas de laboreo en el campo, el almacenamiento inadecuado de la aceituna tras su recolección, y la mezcla con otros aceites que implican una disminución de la calidad del aceite de oliva argelino. Source: Oleo - <http://www.tecnipublicaciones.com/ampress/default.asp?sector=oleo&wcodigo=322904>

La crisi dell'olio d'oliva si estende ai nuovi paesi produttori - Dopo un periodo di folgoranti exploit ora anche in Sud America e in Australia si fanno i conti con risultati economici deficitari. Il settore dell'olio d'oliva in **Argentina** e Australia è in piena crisi. Per quanto riguarda l'Australia i problemi insiti della loro olivicoltura sono molteplici e primi fra tutti le siccità estive, molto più drammatiche che nel recente passato, che portano a una diminuzione delle produzioni rispetto alle attese. Oltre a questo la battaglia contro due colossi della grande distribuzione australiana, Coles e Woolworths da soli detengono l'80% del mercato, sta sfavorendo la produzione locale. Una guerra basata sull'importazione, da parte delle suddette catene, di oli a basso costo che "ucciderebbero" il mercato. In particolare gli olivicoltori australiani denunciano che in queste condizioni i business plan su cui sono stati costruiti i piani di finanziamento per la costituzione di grandi impianti olivetati non sarebbero più veritieri non per mancanza di professionalità da parte degli operatori ma per una crisi dei prezzi non prevedibile. L'appello è allora che il governo possa fare da intermediario con le banche per

raggiungere compromessi soddisfacenti per il rientro del debito, attraverso una rinegoziazione complessiva dei finanziamenti. Source: *Teatro naturale* - <http://www.teatronaturale.it/tracce/mo/12380-la-crisi-dell-olio-d-oliva-si-estende-ai-nuovi-paesi-produttori.htm>

España: La producción de aceite ha subido un 187% - La producción de aceite en España en octubre, primer mes de la campaña 2011-12, alcanzó las 18.100 toneladas, un 187,30% más respecto al mismo mes de la 2010-2011 (6.300 toneladas), incremento que se explica por el adelanto de la maduración de la aceituna y, con ello, de la recolección. Así se desprende del informe de situación del mercado a 31 de octubre analizado en la sesión mensual del Grupo de Mercados del Consejo Asesor de la Agencia del Aceite de Oliva (AAO). La producción de aceite se ha obtenido a partir de la molturación de 116.613 toneladas de aceituna, con un rendimiento medio del 15,51% (2,9 puntos más respecto a la campaña anterior). En cuanto a la comercialización total durante este primer mes de campaña, se ha situado en 122.300 toneladas, un 2% más en tasa interanual y 17% más respecto a la media de las cuatro últimas. Por su parte, el mercado interior aparente ha alcanzado 47.300 toneladas (17% más respecto a la campaña pasada y 22% superior a la media de las cuatro campañas precedentes). Las exportaciones se cuantifican en 75.000 toneladas (un 5% menos interanual, pero un 14% superior a la media de las cuatro anteriores), mientras que las importaciones, con datos provisionales para el mes de octubre, se estiman en 3.000 toneladas. Un 40% más de existencias que hace cuatro años.

Sobre las existencias, la AAO ha informado de que el volumen total de existencias es de 371.400 toneladas, un 40% superior a la media de las cuatro campañas anteriores. En las almazaras se almacenan 228.200 toneladas (43% más respecto a las cuatro campañas precedentes) y en envasadoras, refinerías y operadores permanecen otras 143.200 toneladas. Source: Efeagro - <http://www.efeagro.com/multimedia/la-produccion-de-aceite-ha-subido-un-187/18-1664956.html>

Las aceiteras que quieran vender en China disponen de publicidad gratuita - Las empresas exportadoras de aceite de oliva que quieran vender con su marca en la República Popular China podrán acceder a campañas de publicidad gratuita. La Interprofesional del Aceite de Oliva Español quiere ayudar a las empresas en su campaña, que irá más allá de explicar las bondades del zumo y divulgar su uso en la cocina. En este mismo proyecto está colaborando la Asociación Española de la Industria y el Comercio Exportador del Aceite de Oliva (Asoliva) En los últimos años se ha puesto de manifiesto que China es un mercado realmente interesante ante las grandes posibilidades que ofrece para el crecimiento y, también, porque los vendedores de otros países —como los italianos, por ejemplo— aún no están implantados. La campaña se hará a través de programas de cocina en canales de televisiones locales de China, eventos dirigidos a cocineros profesionales —que aprenderán a usar el producto—, promoción en una página web, agilizar la aparición del aceite en los principales buscadores de

internet, blogs de cocina específica y estrategias para divulgar el zumo de la aceituna en puntos de venta. Las aceiteras podrán incluir su marca en alguno de los formatos que se utilizará para la comercialización en China. Tendrán que dar los datos de contacto de su distribuidor. No obstante, también tienen la oportunidad de acogerse a la imagen de la campaña. De esta manera, tienen que permitir que se coloque un collarín —que es un pequeño libro— con los formatos que tiene la marca de la aceitera en cuestión. Se verá en puntos de venta de aceite de oliva que están instalados en Pekín, Shangai, Hangzhou y Tianjin. Asimismo, la Interprofesional —que ya ha contactado con asociaciones de empresas— insiste en que unirse a la campaña es totalmente gratuito, por lo que no conlleva coste adicional para la empresa española que participe. La posibilidad de promoción está abierta a todas las empresas, pero se desea que cuenten con posibilidades reales de vender. De nada sirve que se impulse una marca de zumo de aceituna y, luego, no se encuentre en los puntos de comercialización de caldo en la República Popular de China. Por ello, se exige a los interesados que embotellen en origen y cuenten con un distribuidor o, dicho de otro modo, con producto disponible en este país. Source: Oleo - <http://www.tecnipublicaciones.com/ampress/default.asp?sector=oleo&wcodigo=322904>

El aceite de oliva cierra el año con pocas operaciones y una severa crisis de precios - Compras a muy corto plazo de pequeños volúmenes «low cost» por parte de los operadores siguen marcando la pauta en el mercado oleícola, en un contexto de

crisis económica y guerra entre la gran competencia que utilizan esta referencia como producto reclamo, lo que impide una mejora de los precios. El mercado está parado como «una balsa de aceite» y los precios siguen muy bajos pese a algún repunte puntual de la pasada semana, lo que se traduce en escasa rentabilidad tanto para los agricultores como para envasadores o las 1.744 almazaras españolas. Las perspectivas apuntan que las cotizaciones se mantendrán durante algún tiempo en niveles próximos al desencadenamiento del almacenamiento privado, cuya activación ya urgen cooperativas, organizaciones agrarias y almazaras, además de la Administración andaluza, Comunidad que concentra la mayor parte de la producción. Los precios han oscilado esta semana entre 1,66 y 2,55 euros/kilo para el aceite de oliva virgen extra; entre 1,56 y 1,68 euros/kilo para el virgen y entre 1,520 y 1,56 euros para el lampante, según el Sistema de Información de Precios en Origen POOLred. Source: *Ideal* - <http://www.ideal.es/jaen/v/20120102/jaen/aceite-oliva-cierra-pocas-20120102.html>

Competencia rechaza la retirada de aceite de oliva lampante que propone la Interprofesional - La Comisión Nacional de la Competencia (CNC) ha rechazado el proyecto de Orden Ministerial a propuesta de la Interprofesional para la retirada de aceite de oliva de inferior calidad - lampante- en las tres próximas campañas por restringir la competencia y perjudicar al consumidor (...). Source: Efeagro - <http://www.efegro.com/multimedia/competencia-rechaza-la-retirada-de->

aceite-de-oliva-lampante-que-propone-la-interprofesional/18-1680304.html

La UJA desarrolla una plataforma electrónica que facilita a las pymes la exportación 'on line' de aceite de oliva

- Un grupo multidisciplinar de la Universidad de Jaén trabaja en el desarrollo de una plataforma electrónica, que estará operativa en septiembre del año próximo, y que aglutinará toda la información económica, empresarial, jurídica y lingüística que necesita una empresa que desee exportar 'on line' aceite de oliva. En una nota, la Fundación Descubre ha señalado que las empresas españolas dedicadas a la elaboración y comercialización de aceite de oliva tienen en los mercados internacionales, especialmente los emergentes como China o Brasil, una vía para incrementar su cuenta de resultados. Con todo, la complejidad burocrática, legal o lingüística que supone abrirse camino en estos canales de distribución mantiene reticentes a muchos empresarios. Source:

Europapress

<http://www.europapress.es/andalucia/sevilla-00357/noticia-uja-desarrolla-plataforma-electronica-facilita-pymes-exportacion-on-line-aceite-oliva-20111207135129.html>

Una firma leridana comercializa aceite de color rojo y con gusto a chocolate

- El aceite, popularmente conocido como oro líquido, ya no es exclusivamente de color dorado para una innovadora empresa de Bovera, que comercializa óleos de diferente aroma, aspecto y sabor, entre ellos uno con pigmento rojo, elaborado con un nutriente del tomate, y otro con gusto a chocolate. Estos son dos de los

novedosos productos que ha sacado al mercado la empresa Oleic Bovera, creada hace cerca de dos años por tres socios de Lleida, Barcelona y Bilbao y ubicada a las afueras de esta pequeña localidad de las Garrigues, una de las principales comarcas catalanas productoras de aceite.

Según explica a Efe Jordi Arqué, uno de los socios de la firma, la producción de aceite de oliva virgen extra ha crecido notablemente en los últimos años en España, lo que ha comportado una caída de los precios y la pérdida de valor de este producto. Con el objetivo de revalorizar este preciado líquido y otorgarle un valor añadido en forma de beneficio para la salud, Oleic Bovera ha creado el Olicopenol, un aceite virgen enriquecido con licopeno natural, un nutriente muy presente en los tomates y de alto valor nutricional que tiene, entre otras características, propiedades antienvjecimiento y anticancerígenas.

Source: *ABC* -

<http://www.abc.es/agencias/noticia.asp?noticia=1039663>

Study of Greek Olive Oil Sector Urges Producers to 'Standardize'

- A recent study commenced by the National Bank of **Greece** regarding Greek olive oil presented interesting new findings and brought some old findings to the surface again. Olive oil plays an extremely important role in the Greek economy, as it represents 11 percent of the total agriculture production in terms of value. In 2009, a total volume of 370,000 tons counted for 0.3 percent of the gross domestic product (GDP), whereas in Spain was 0.2 percent and in Italy 0.1 percent. Greece excels in terms of quality, since approximately 75 percent of the Greek

olive oil is extra virgin, in contrast with 45 percent in Italy and 30 percent in Spain (mainly due to the special morphology of the country). However, producers in Greece have not been able to fully grasp the opportunity and thrive. Instead there is a decline in the olive oil production which represented 16 percent of global production in 1990 to 12 percent in 2009. The causes for this, the report explained, can be found in structural weaknesses in all of the production stages; processing, standardization and promotion. Source: Olive Oil Times - <http://www.oliveoiltimes.com/olive-oil-business/greek-olive-oil-sector/22768>

Greeks Turn to Lower Quality Olive Oil During Crisis - A new study of the ICAP consultants and business intelligence group addresses certain issues of the olive oil industry in Greece in the context of the financial crisis. During the 2009-2010 season the domestic olive oil production was reduced by 4.3 percent compared to the previous season. Contrary to what someone might expect, the study does not correlate the decrease in production with the crisis, but rather with the weather conditions prevailing each harvesting season. On the other hand, the limited resources of the households in conjunction with the relatively high retail price of olive oil has led to a decline in olive oil consumption by 6.1 percent, representing a typical manifestation of a market failure where the market price does not decrease as expected due to limited demand. Standardized oil had a remarkably big decline in demand during the period of 9.3 percent because of competition from bulk olive oil — a phenomenon

which, according to the study as commented by the press, is again due to the cut in household income. Meanwhile, there was an increased demand for the cheaper and supposedly lower quality private label olive oil made by independent producers. Despite the great benefits of olive oil standardization examined recently, producers in Greece still rest on bulk olive oil. Hence, the study says, the bigger part of oil exports (mainly to Italy) is bulk oil and approximately half of the inland consumption is bulk olive oil again, meaning limited revenues for the producers. Source: *Olive Oil Times* - <http://www.oliveoiltimes.com/olive-oil-business/greeks-buy-lower-quality-olive-oil-during-crisis/23227>

Four out of five' bottles of Italian olive oil debased - Four out of five bottles of 'Italian' olive oil are being adulterated with lower quality oil from other Mediterranean countries, a police investigation has discovered. With the global appetite for olive oil on the increase, unscrupulous producers are meeting the demand by mixing in cheaper oil from Greece, Spain, Morocco and Tunisia and passing it off as top-end extra virgin oil. Britain consumes around 28 million litres of olive oil a year – double the amount sold a decade ago. Half of all British households now regularly use olive oil, compared with a third a decade ago. Italian producers are not only conning consumers in lucrative overseas markets like the UK – the fake stuff is also being bought by unsuspecting Italians. The stakes are high – Italy is Europe's second largest producer of olive oil after Spain and the Italian olive

oil sector is worth an estimated five billion euros a year. Investigators became suspicious when they noticed that Italy was importing more olive oil than it was exporting – 470,000 tonnes against 250,000 tonnes – prompting questions as to where the imported stuff was ending up. The fraud has been uncovered by an investigation involving the Italian customs service and police from the Guardia di Finanza, or fraud squad, with the encouragement of Coldiretti, one of the country's biggest agricultural organisations. The con is being perpetrated by what amounted to an "agro-mafia" of dishonest producers and manufacturers, Coldiretti said. "It involves 13 of the biggest olive oil producers – there are some very famous names," Stefano Masini, the organisation's spokesman, said. "We asked the authorities to intensify their checks in this sector and the investigation is only just beginning. It's going to be a long battle but it is essential because people need to be able to know the difference between genuine, top quality Italian oil and everything else." The fraud was being organised by a "cartel" of importing and distributing companies, Mr Masini said, most of them operating in central and southern Italy. Coldiretti has waged an aggressive campaign to crack down on food products that are fraudulently identified as Italian, often encased in packaging emblazoned with the red, white and green of the national flag. In the past its target has largely been foreign-made food and drink, such as 'mozzarella' made in the United States, 'pecorino' sheep's cheese produced in China and 'prosciutto' ham originating from Eastern Europe. But Italians are

also active in misrepresenting their own food and drink, passing off mozzarella made from cow's milk as genuine buffalo mozzarella and adding low-quality grapes to some of the country's most famous red wines. Source: *The Telegraph* - <http://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/retailandconsumer/8978053/Four-out-of-five-bottles-of-Italian-olive-oil-debased.html>

La investigación por fraude en Italia inquieta al sector aceitero andaluz

- Tradicionalmente, el aceite de oliva andaluz se ha vendido de forma mayoritaria a granel a Italia, donde una vez envasado se comercializaba por todo el mundo. Esa práctica, que aún persiste aunque se haya reducido, intentó regularse en 2009 con una directiva europea en la que se obligaba a especificar en el etiquetado la procedencia del aceite. Por eso ha cundido la alarma en el sector aceitero andaluz al tener conocimiento de la investigación abierta en Italia sobre una decena de marcas que, supuestamente, no solo estarían ignorando la procedencia del producto sino que (y es lo más grave) estarían comercializando como virgen extra (el aceite de mayor calidad) algo que procede de mezclas de ínfima calidad. La investigación de los agentes de Aduanas, la Guardia de Finanzas y detectives antifraude, en colaboración con la mayor asociación de productores italianos (Coldiretti), tiene indicios sobre la existencia de una "agromafia" que podría embolsarse 5.000 millones de euros al comprar en España y en otros países productores aceite por debajo de los 50 céntimos (a ese precio solo podría ser orujo que luego

mezclarían) y venderlo después como virgen extra italiano en torno a los tres euros. Entre los olivareros andaluces, tan resignados históricamente a jugar un papel secundario en las relaciones comerciales con Italia, inquieta el daño que se le puede estar causando a un producto del que Andalucía es líder mundial. La consejera de Agricultura, Clara Aguilera, fue ayer directa al respecto: "La normativa es clara y se debe exigir su cumplimiento e indicar la procedencia y las características del aceite". Ahora bien, Aguilera sospecha que detrás de esa investigación se ocultan otros factores: "Puede ser una puesta en escena de Italia porque hay muchos intereses en juego", dice la consejera, que apunta a una posible "estrategia" para controlar los mercados. Y es que, aunque Italia declara unas producciones de unas 500.000 toneladas de aceite al año (solo Jaén va a producir esta campaña 580.000 toneladas), en medios del sector se estima que su producción real apenas sobrepasa las 300.000 toneladas. La diferencia para cubrir sus necesidades de consumo interno y las exportaciones se cubren con cisternas de aceite a granel de España, pero también de otros países del norte de África. Este dato coincide con el hecho de que más del 40% de las exportaciones españolas de aceite de oliva de la pasada campaña tuvieron como destino a Italia. Pero el sector aceitero andaluz tampoco puede eludir la autocritica, sobre todo porque esta situación es consecuencia de la tremenda atomización de la oferta (con más de 800 cooperativas que venden por su cuenta) y su debilidad para negociar ante las grandes distribuidoras y los compradores italianos. "En Italia

hay muchas presiones entre el lobby del olivar, pero nosotros no vamos a ceder, Andalucía debe llevar la iniciativa", sostiene Clara Aguilera.

Source: *El País* - http://www.elpais.com/articulo/andalucia/investigacion/fraude/Italia/inquieta/sector/aceitero/andaluz/elpepuespand/20111230elpand_7/Tes

L'huile d'olive exportée a rapporté 430 millions de dinars de recettes à la Tunisie - 107 mille tonnes d'huile d'olive. C'est le volume d'huile d'olive exportée par la Tunisie au cours de la saison 2010-2011, pour une recette de 430 millions de dinars. Chiffres communiqués par Chokri Bayoudh, sous-directeur à la direction générale de la production agricole, relevant du ministère de l'Agriculture et de l'Environnement. M. Bayoudh a précisé, selon la TAP, que l'Union Européenne constitue le plus important importateur d'huile d'olive tunisienne, suivie de loin par les États-Unis (avec 25% des exportations tunisiennes), mais qui ont enregistré une croissance de 6% au cours de la saison 2010/2011. Sur les 107 mille tonnes, 10 mille tonnes ont concerné l'huile biologique, essentiellement absorbées par les États-Unis et l'Europe. Source: Wegmanagercenter.com - <http://www.webmanagercenter.com/management/article-113489-l-huile-d-olive-exportee-a-rapporte-430-millions-de-dinars-de-recettes-a-la-tunisie>

Pays non membres du COI/IOC non-Members

An Olive Oil Experiment in India -

Olive oil is well known for its health properties and extensively used for cooking in the Mediterranean countries. In India, it is mainly used in massage, facials and other beauty treatments. The use of olive oil as a cooking medium is not widely prevalent and restricted to the miniscule minority of the affluent classes who can afford the exorbitant price of the imported commodity. India ranks fourth in consumption of vegetable oil in the world and is a leading importer of this produce. Edible oil imports to the country are around 5.4 million tonnes making India third in total imports of edible oil in the global economy.

India's Health Issues: The popularity of olive oil is growing, though again confined to the affluent middle class and it has gone up from 2300 tonnes in 2007 to 4500 tonnes in 2008. By 2012, there is a projected increase to 42,000 tonnes, which would be fueled mainly by the widespread concern about cardiovascular disease (CVD) and other health problems. CVD is now the leading cause of death in India and the risk factors are also on the rise. India is now the diabetes capital of the world and CVD is also poised to be a serious health concern in the near future. The count of "hypertensive" individuals is expected to rise from 118 million in 2000 to 214 million in 2025. CVD strikes early and kills people in their productive mid-life years. The World Health Organization estimates that India would lose US\$ 237 billion due to heart disease, stroke and diabetes in the next 7 years. (...)

The Future: The Rajasthan government is trying hard to get local farmers interested in olive cultivation. They are being informed about olive oil and its demand both in India and overseas. The low cost and the positive feedback have excited the farmers in the region. The olive trees have been planted in rows which are 7 meters apart, to enable groundnut cultivation in the land between the rows. This would help the farmers to start earning even before the olive trees begin to bear fruit. Olive trees take 3 and a half years to bear fruit and then they keep producing them for more than 500 years. The farmers in Basbisna and 6 other places where the pilot project has been initiated are now waiting for the trees to bear fruit, to see and sell their first olives. As mentioned, the olives have already been bought by an Israeli firm, which is also setting up an oil pressing plant and is planning to sell the olive oil overseas. All stakeholders are also expecting a rise in domestic demand for olive oil with growing health concerns. This projected growth is a source of great hope to the hard-working local farmers and the ROCL.

There are however several challenges to be faced in this fledgling attempt to grow olives in Indian soil. In the Israeli desert, temperatures reach a high of 40 degrees Celsius, whereas in Rajasthan it can go up to 49 degrees. The searing heat is aggravated by strong, sultry winds, which can singe the delicate olive trees and destroy them. In the 7 olive plantations however, great pains have been taken to protect the trees from the strong winds. Special bamboo supports have been built for the trees together with sensors to monitor the health of each plant. The trees have

also been planted on undulating land, which are encircled by tropical, evergreen forests, which would ensure additional protection from the heat and wind. Everything is now in place for the project to succeed, according to Gideon Peleg, the Israeli technical manager. Source: *Olive Oil Times* - <http://www.oliveoiltimes.com/olive-oil-business/asia/olive-oil-india/3863/2>

VN Dalmia Offers an Olive Oil Reality Check - While a debate swirls around how to ensure the quality of extra virgin olive oil in the United States, Europe and elsewhere, consumers in India are getting an entirely different message. In a new campaign rolled out by the country's largest olive oil marketer, it's the lowest edible grade — one that can't even legally be called "olive oil" in most places — that Indians should turn to for a healthier diet: Introducing the only major campaign in the world to promote olive pomace oil. It's all under the direction of VN Dalmia, 57, son of pioneer industrialist Ramkrishna Dalmia, and the chairman of Dalmia Continental, the company behind Leonardo Olive Oil. He is the president of the Indian Olive Association, a former president of the Indo-American Chamber of Commerce, a trustee at the Darden School of Business at the University of Virginia, and a Knight Commander of Italy for his contribution to the development of friendly relations. "I am conscious of my responsibilities and weigh my words carefully as I speak," he told *Olive Oil Times*. Dalmia has been criticized for choosing to concentrate marketing efforts on the lowest oil grade but he says his critics have it all wrong. "Criticism is misconceived and displays

a lack of understanding of the realities of the Indian marketplace," he said. "We have various companies, associations, consortia and even the **IOC** trying to introduce new 'Mediterranean' and other diets, new tastes, etc. and concurrently telling us that (extra virgin) tastes 'better.' This is akin to taking coconut oil to Italy or Spain and telling them that their food would taste better if cooked in coconut oil or, for that matter, mustard oil to France and proposing the same to them! Good marketing consists of determining and giving the customer what she wants and needs rather than trying to shove your product down her throat and tell her what is better for her." (...) "We decided to focus on Indian cuisine and daily use because that is where the volume would come from. We introduced Leonardo Olive Pomace Oil because of the way Indian food is prepared," Dalmia said. "Everyday Indian food involves high-heat cooking. Extra virgin olive oil presented problems with frying: it was unstable at high temperatures and it imparted an olive flavor to the food and thus changed the taste. As a result, people who tried it concluded that olive oil was unsuitable for Indian cooking and abandoned it. Olive pomace oil presented none of these problems." Abandoned is right. In a 2008 interview, Dalmia predicted consumption of olive oil in India would reach 25,000 tons in 2010, and 42,000 tons in 2012 — forecasts that turned out to be way off. Last year the total was 4,000 tons, this year it might be 6,000 — incredibly small numbers for 1.2 billion people. It would equal about 1/4 of a tablespoon *per year* for the average Indian, or about *one-ten-*

thousandth of what the typical Greek consumes — or less than one-hundredth of the average American. Source: *Olive Oil Times* - <http://www.oliveoiltimes.com/olive-oil-business/asia/vn-dalmia/22055>

Commercial Olive Cultivation Begins in India

- Following the success of India's first pilot project for olive cultivation in Rajasthan four years ago, the commercial cultivation of olives is all set to begin in this desert state of India. The progress of Rajasthan's pilot project for olive cultivation had been closely watched by other agricultural states of India. Olive farming brings with it a new promise of transforming the lives of poor Indian farmers, and providing a boost to the local economy. Next month, as parts of Rajasthan will grapple with sub-zero winter temperatures, hundreds of large farmers in the state will plant olive saplings on their land for commercial production. Surinder Singh Shekhawat, head of Rajasthan Olive Cultivation Limited (ROCL) that ran the pilot project, says: "After the success of the pilot project, we have decided to rope in progressive farmers for commercial cultivation. We will plant around 200,000 saplings across 650 hectares in Nagaur, Sri Ganganagar, Hanumangarh and Bikaner districts, where results were encouraging." Source: *Olive Oil Times* - <http://www.oliveoiltimes.com/olive-oil-making-and-milling/olive-cultivation-begins-rajasthan-india/22964>

Il Pakistan promuove l'olivicoltura nel Punjab - Anche il paese asiatico vuole lanciarsi nel mercato dell'olio d'oliva al fine di creare una significativa

opportunità di esportazione per gli agricoltori. Il ministero dell'Agricoltura in Pakistan ha avviato una intensa attività di promozione della coltivazione dell'olivo nel paese, al fine di creare una significativa opportunità di esportazione per gli agricoltori pakistani. Il ministero ha identificato, nell'areale Punjab, un potenziale bacino per la coltivazione dell'olivo. Un piano dettagliato è stato preparato per avviare la coltivazione di alberi di olive, a fini scientifici, in Punjab e zone limitrofe. Le aree di Sialkot, Rawalpindi, Narowal, Jhelum, Gujrat, Islamabad, Khushab, Chakwal ed il distretto di Attock nel Punjab, sono state identificate dal governo pakistano come zone con elevato potenziale per la coltivazione dell'olivo. Gli esperti del governo sono del parere che un impulso alla coltivazione pakistana dell'olivo possa indurre la regione asiatica a produrre notevoli quantità di olio d'oliva, con conseguente sostituzione delle importazioni e risparmio prezioso negli scambi commerciali del paese con l'estero. Source: *Teatro naturale* - <http://www.teatronaturale.it/tracce/mondo/12384-il-pakistan-promuove-l-olivicoltura-nel-punjab.htm>

Science et technique/Science & Technology

"El aceite de oliva frena la progresión del cáncer de mama" - Así lo afirmó Eduard ESCRICH, Profesor de Fisiología en la Facultad de Medicina de la Universidad Autónoma de Barcelona, quien viene trabajando sobre el tema de los lípidos de la dieta y el cáncer de mama desde 1985 (...). Source: Portal Olivícola - <http://www.portalolivicola.com/2011/12>

[/12/eduard-escrich-%e2%80%9cel-aceite-de-oliva-frena-la-progresion-del-cancer-de-mama%e2%80%9d/](#)

Researchers Make Biodegradable Plastic Bottles from Olive Skins

- Soon you may be able to buy olive oil in bioplastic bottles made from a compound found in olive skins, thanks to the work of a Spanish researcher. Jesús Zorrilla has found a way to extract PHAs (poly-hydroxy-alcanoates) from the residues of olive skins, which in turn can be used to make plastic containers that are non-toxic and 100 percent biodegradable. According to a press release from Jaen's Sierra de Segura, an olive oil denomination of origin, Zorrilla used byproducts from one of the D.O.'s olive oil mills to develop the compound. Not only would the bioplastic containers be suitable for food, they would be ideal for olive oil, "because unlike conventional plastic bottles derived from petroleum, they avoid any risk of carcinogenic polymers migrating into the oil," the D.O. said. They also have factors that protect oil from oxidation caused by exposure to light. Source: *Olive Oil Times* - <http://www.oliveoiltimes.com/olive-oil-making-and-milling/olive-skins-biodegradable-plastic-bottles/22342>

Reutilizar el alperujo como abono orgánico supondría un ahorro de 60 millones al año

- Un estudio de la Universidad de Sevilla ha determinado que el sector olivarero podría ahorrar unos 60 millones de euros anuales si se sustituyen los fertilizantes químicos por abono natural procedente de los subproductos del olivar. Andalucía cuenta con una gran extensión de olivares en provincias como Jaén y

Córdoba y en cuya producción de aceite se recoge el alperujo, un residuo formado por la pulpa de la aceituna, el agua del fruto, más conocido como alpechín, y el hueso triturado. Todo ello, compostado, se puede utilizar como abono orgánico en agricultura ecológica o en mezcla con turba o fibra de coco, como sustrato en macetas para el cultivo sin suelo. En España se produjeron el año pasado 5,5 millones de toneladas de alperujo, de los que el 82 por ciento se localizaron en Andalucía. Según explica Eusebio Carmona, catedrático de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica de la Universidad de Sevilla, el alperujo es el segundo residuo de origen agroindustrial más importante en Andalucía después del estiércol, que también se emplea como abono. Pero los beneficios del empleo de este subproducto van más allá de las grandes ventajas económicas, ya que supone un «enorme beneficio medioambiental». Al disminuir la fabricación de fertilizantes químicos, sobre todo los nitrogenados, se liberaría menos CO2 al ambiente, y por otro, se produciría el denominado «secuestro de carbono», al quedar éste almacenado en el suelo durante varios años antes de pasar a la atmósfera. Sin embargo, durante 2009 tan sólo se compostó un 10 por ciento de la producción total. Así, en ese año únicamente se trataron 45.000 toneladas de alperujo para su utilización posterior como fertilizante. Para el catedrático de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica son dos las causas que provocan que no se reutilice todo el alperujo a pesar de sus beneficios económicos y medioambientales. En

primer lugar apunta el desconocimiento de la técnica de compostaje por parte tanto de las empresas extractoras como los agricultores. Y a este desconocimiento se suma la importante inversión que hay que realizar en materia de infraestructuras para la correcta realización del proceso de compostado, además de la necesidad de poseer una gran cantidad de suelo para producir el compost. Aun así, en la actualidad hay varias almazaras ecológicas de Jaén y Córdoba que ya utilizan el compost de alperujo como abono natural en sus olivares. Y para quien quiera sumarse a este proceso, el profesor recomienda recurrir a las ayudas de la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía para las almazaras y cooperativas olivareras que estén interesadas en realizar el proceso de compostado. Según apunta, se cubre hasta el 50 por ciento de la inversión en infraestructuras con un tope máximo de 100.000 euros por planta.

Source: *Oleo* -
<http://www.tecnipublicaciones.com/ampress/default.asp?sector=oleo&codigo=2529>

Investigadores del Instituto de la Grasa de Sevilla trabajan en la obtención de aceitunas 'probióticas' .- Investigadores del Instituto de la Grasa de Sevilla han secuenciado el genoma de una bacteria asociada a la fermentación de aceitunas de mesa españolas o 'sevillanas' y abren la puerta a lograr en el futuro aceitunas 'probióticas', cuya ingesta aporta beneficios saludables sobre la flora intestinal. Así lo ha explicado a Efeagro el investigador de este organismo andaluz, adscrito al Consejo Superior de Investigaciones Científicas

(CSIC), Jose Luis Ruiz Barba, quien detalla que en este proyecto han colaborado la firma biotecnológica NBT-Newbiotechnic, la Facultad de Veterinaria de la Universidad Complutense de Madrid y las aceituneras Goya España (Alcalá de Guadaira) y Jolca (Huévar del Aljarafe). Ha detallado que auguran dos aplicaciones principales de la cepa bacteriana "Lactobacillus pentosus IG1" próximamente. Por un lado, pretenden acelerar el proceso de fermentación, evitando riesgos de alteraciones y, por otro, utilizar la cepa como "bacteria probiótica" para que los industriales del aderezo cuenten con este factor competitivo en la comercialización. Ha recordado que, de lograr este último objetivo, se permitiría proteger a los consumidores de las aceitunas sevillanas frente a microorganismos patógenos del intestino. Source: Oleo - <http://www.tecnipublicaciones.com/ampress/default.asp?sector=oleo&codigo=322904>

Mucho más que aceite de oliva - La empresa malagueña Genosa I+D extrae el antioxidante principal de la aceituna, el hidroxitirosol, para su posterior comercialización y uso como ingrediente de alimentos saludables y cosméticos. Mucho se ha hablado de los polifenoles del vino, esas sustancias químicas con capacidad antioxidante - previenen el envejecimiento de los tejidos- y beneficiosas para la salud. Son esos antioxidantes los que contrarrestan los efectos negativos que causan, por ejemplo, las comidas muy grasas. Pero no sólo las tiene el vino, también están presentes en el cacao, las nueces, el té o el aceite de oliva. Hacia 2001, el Instituto de la Grasa -

perteneciente al Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC)-disponía ya de una tecnología patentada para la extracción del polifenol más común e importante de la aceituna: el hidroxitirosol. Éste tiene el honor de ser uno de los antioxidantes naturales más potentes de la naturaleza (diez veces más que el té verde). Y Jerónimo Díaz, un químico orgánico experto en aceite de oliva y colaborador del Instituto, llegó a un acuerdo con el CSIC para que le adjudicasen los derechos sobre la tecnología. Así, y junto con Carlos Peña, creó la empresa malagueña Genosa I+D. "El riesgo de iniciar esta aventura era muy grande, porque no sabíamos si funcionaría a nivel comercial", explica Peña, gerente de la empresa. Pero comenzaron a invertir en Genosa. Primero, para extender la patente a nivel internacional -aprobada ya en los principales países productores de aceite- y comprobar su viabilidad tecnológica. "Muy pocas empresas han hecho lo que nosotros: invertir con éxito antes de empezar a comercializar. Eso sólo lo hacen las multinacionales y, a veces, ni ellas", afirma. Más tarde, dedicaron su tiempo a la búsqueda de fuentes de materia prima, es decir, lugares donde existieran subproductos del olivar -alpechín- suficientes para extraer el hidroxitirosol y comercializarlo. Hablaron con numerosas cooperativas y, al final, llegaron a un acuerdo con Valoriza, filial de Sacyr, que dispone de plantas de biomasa en Andalucía. Se instalaron al principio en una de ellas, pero hoy están en el Parque Tecnológico de Andalucía de Campanillas (Málaga). uvieron que esperar hasta principios de 2010 para producir y comercializar de

forma regular el hidroxitirosol, que se utiliza para enriquecer alimentos y bebidas funcionales, "saludables", como ingrediente cosmético -Peña indica que una crema muy conocida del mercado usa hidroxitirosol en sus ingredientes-, etcétera. Source: Diario de Sevilla - <http://www.diariodesevilla.es/article/economia/1135838/mucho/mas/aceite/oliva.html>

Oldways Journalism Award Celebrates Mediterranean Diet -

Oldways, a nonprofit organization known for creating the Mediterranean Diet Pyramid and the Whole Grain Stamp announced Wendy Bazilian, DrPH, RD as the recipient of the inaugural K. Dun Gifford Journalism Award. The award, named in honor of Oldways' late founder, recognizes and honors the important role of communications in changing the way people eat. This year's subject matter was a celebration of the Mediterranean diet. Dr. Bazilian was awarded for her segment on the television show *Good Morning America*, "Boosting Brain Health with the Mediterranean Diet." Bazilian talked about the role of the Mediterranean diet for brain health, particularly as we now live longer. She noted that monounsaturated fats such as those found in olive oil maintain the elasticity of blood vessels while the fat in nuts play an important role in improving coordination, balance and spatial memory. Source: *Olive Oil Times* - <http://www.oliveoiltimes.com/olive-oil-health-news/oldways-food-and-journalism-award-celebrates-the-mediterranean-diet/22986>

As the Mediterranean diet declines, obesity rises - With the

Mediterranean diet having gained a reputation as the healthiest in the world, it would naturally follow that its home countries would bask in their culinary traditions. Instead, most of the region, including Lebanon, has seen a steady increase in obesity over the years. Fast food combined with the automobile lifestyle has meant that over the past couple of decades, most adults could be considered overweight. If Lebanese keep up with their unhealthy diets and lifestyles, they could become among the most obese in the region. In the United States, childhood obesity, a condition that often leads to diabetes and heart disease, has doubled in the past 30 years, reaching 19 percent, and in Lebanon it has doubled in 10 years (between 1990 and 2000), reaching 13 percent. "We can think of Lebanon as heading toward that," says Nahla Hwalla, who has been studying obesity her entire professional life, starting at St. Luke's hospital in New York and now at the American University of Beirut, where she will soon release the latest findings of her study. The findings, based on a survey of children between 6 and 19 years old, might be surprising for Lebanon, long renowned for its healthy cuisine and educated population. The study found that 19.5 percent of Lebanese boys aged 6 to 9 are obese as of 2009, up from 11.3 percent in 1997. While nearly 15 percent of adolescent boys in Lebanon aged 10 to 19 are obese, up from 9.7 percent in 1997. Girls tended to fare a bit better, but still saw a marked increase in their rates of obesity over 12 years. Nearly 13 percent of girls between the ages of six and nine were

obese as of 2009, up from around 10 percent in 1997.

(...) Ciezadlo adds that "this kind of dietary devolution isn't just happening in the Middle East. It's happening all over the world. There's even a word for it: globesity." Malek Batal, professor of nutrition at University of Ottawa, who is currently conducting research in partnership with AUB, also blames Lebanon's obesity problem on a number of factors, but stops short of blaming individuals for their own habits. "Nutritionists and dietitians often put the onus on the individual, accusing him of making the wrong food and physical activity choices and thus causing the weight increase. This is unfair," he says. "We respond to our environment and make the food choices that are possible and sensible from a taste, economic, convenience, social acceptability, status point of view." (...) Source: *The Daily Star* - <http://www.dailystar.com.lb/News/Health/2011/Nov-24/154960-as-the-mediterranean-diet-declines-obesity-rises.ashx#axzz1evQs1PHZ>

In Cairo, a war against weight is underway - ... When it comes to excess weight, Ezzat has plenty of company on the streets of this city of 20 million. One doesn't need to hear the staggering 2010 World Health Organization statistics — nearly 76% of women in Egypt are overweight and 48% obese — to know that the country has a big problem. Egyptian women are among the most overweight in the world, alongside their wealthy Arab neighbors, including Kuwait and the United Arab Emirates, which boast rich food and pampered lifestyles. But in Egypt, as many as 40% of the people

live on less than \$2 a day. Low-income nations now face a double burden as hunger and obesity coexist within the same communities and even families. "Fried foods and sweets are very cheap and available to everyone, not just the ones who can afford McDonald's," said Gulsen Saleh of the National Nutrition Institute in Egypt. Obesity leads to serious and costly diseases: Type 2 diabetes, cardiovascular conditions and many cancers. Six Arab countries make the top 10 list in diabetes prevalence in the world: Egypt, the United Arab Emirates, Bahrain, Kuwait, Oman and Saudi Arabia. Almost every country is affected by the weight-gain trend. In acknowledgment, the United Nations General Assembly convened its first meeting in New York in September to address the global rise in obesity, as well as other noncommunicable diseases. Margaret Chan, WHO director-general, warned at the gathering: "Processed foods, very high in salt, trans fats and sugar, have become the new staple food in nearly every corner of the world. They are readily available and heavily marketed. For a growing number of people, they are the cheapest way to fill a hungry stomach."

A strip of fast-food outlets in one Cairo suburb is not encouraging: Auntie Anne's Pretzels, Crumbs cupcakes, McDonald's, Pizza Hut and as many European and Egyptian equivalents line a short, dusty road. In a nod to the Middle East, the Auntie Anne's menu offers a Kofta Pretzel Combo, a spicy mini-meatloaf sheathed in a soft pretzel, paired with soda and fried potato wedges. (...). Just as developed countries confront rampant obesity and look for solutions through soda taxes

and healthy-food subsidies, Egypt will also need to address its programs, say experts. "Widespread obesity in a population is not a marker of failure of individual willpower, but of failure in policies at the highest level," Chan said in her United Nations address. "The world certainly needs to feed its population of nearly 7 billion people. But it does not need to feed them junk food." Source: Ahram - <http://articles.latimes.com/print/2011/oct/31/world/la-fg-egypt-women-obesity-20111101>

COI/IOC

El COI evalúa armonizar códigos arancelarios - El Consejo de Miembros del Consejo Oleícola Internacional celebró su 99 Reunión donde se debatieron aspectos promocionales, financieros, técnicos y económicos sobre el sector. Se reunió primero el Comité Económico para examinar la situación de los mercados mundiales del aceite de oliva y de las aceitunas de mesa y en particular los precios en origen y el impacto de los aspectos monetarios sobre la evolución de estos mercados. La Secretaría Ejecutiva del COI informó a los miembros de este Comité de su intención de examinar con la Organización Mundial de Aduanas la posibilidad de armonización de los códigos arancelarios con las definiciones de aceites estipuladas en la norma comercial del COI. Asimismo se pronunciaron a favor de la creación de una base de datos históricos sobre precios. El Consejo de Miembros adoptó los balances definitivos, provisionales y estimativos de las campañas 2009/10, 2010/11 y 2011/12 (ver http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/134-approved-balances?lang=en_US). (...). Source: *Portal Olivícola* - <http://www.portalolivicola.com/2011/12>

[/05/espana-el-coi-evalua-armonizar-codigos-arancelarios/](#)

La cosecha mundial de aceite crecerá un 3 % - El Consejo Oleícola Internacional (COI) prevé una producción de 3.098.000 toneladas de aceite de oliva durante la campaña actual 2011-2012, todavía con datos provisionales, lo que supone un incremento de 79.500 toneladas (el 3 % más) respecto al ejercicio anterior. Source: Efeagro - <http://www.efeagro.com/multimedia/la-cosecha-mundial-de-aceite-crecera-un-3/18-1682553.html>

Olive Oil Labeling Under Spotlight - An international debate has begun in the olive oil sector on issues to do with labeling, such as whether to require 'best before' or 'use by' dates. And one of the most pressing questions is what to do about often unavoidable slight changes affecting virgin olive oil's organoleptic qualities – such as its taste and odor – after its packaging. Virgin olive oil is a product that does not improve with age and producers run the risk that what was true about their oil at the time it was labeled is no longer entirely true by the time it reaches the checkout. Inadvertent non-compliance with labeling regulations can have serious complications not only for producers but the overall reputation of olive oil. Government experts from France, Greece, Italy, Morocco, Portugal, Spain, Tunisia and Turkey, and also from the European Commission's agriculture directorate, met at the **International Olive Council's** Madrid headquarters on Thursday to begin discussions on these issues. Source: *Olive Oil Times* - <http://www.oliveoiltimes.com/olive-oil->

[business/olive-oil-labeling-spotlight/22276](#)

Council Launches Seminar Series on Cultivation and Olive Oil Quality - In the hopes of sparking wider debate, the International Olive Council is this week hosting a seminar on olive cultivation and olive oil quality issues. The first of what are to be regular meetings on pertinent issues, the five-day seminar at the IOC's Madrid headquarters has attracted 84 participants from 14 of the 17 IOC member countries and began on Monday with lectures on changes in olive growing and their implications for sustainable development. Source: *Olive Oil Times* - <http://www.oliveoiltimes.com/olive-oil-making-and-milling/olive-council-seminar-cultivation-and-quality/23018>