



IOC

CONSEJO
OLEÍCOLA
INTERNACIONAL
NEWSLETTER

Nº 169
DICIEMBRE 2021
ESPAÑOL





EN ESTE NÚMERO

- MÁS QUE UN SALUDO, UN VERDADERO DESEO
- EL COI Y GEORGIA: UN ESFUERZO EN EQUIPO
- UN NUEVO COMIENZO PARA LA OLIVICULTURA EN GEORGIA
- EN DIRECTO DESDE LA 114ª SESIÓN DEL CONSEJO DE MIEMBROS
- DECISIONES SOBRE ELABORACIÓN DE NORMAS E INVESTIGACIÓN ADOPTADAS EN LA 114ª SESIÓN
- DESFILE VIP PARA EL DÍA MUNDIAL DEL OLIVO
- TIFLIS CELEBRA EL DÍA MUNDIAL DEL OLIVO 2021
- EL COMITÉ CONSULTIVO DEBATE CUESTIONES IMPORTANTES PARA EL FUTURO DEL SECTOR
- ACEITE DE OLIVA: SEGÚN LA UE, EL COMERCIO CRECERÁ HASTA 2030
- EL MINISTRO DE ASUNTOS EXTERIORES DE CHIPRE VISITA LA SEDE DEL COI
- EL EMBAJADOR DE PAKISTÁN VISITA LA SEDE DE EL COI
- OLIVARES VIVOS+
- LA OFICINA NACIONAL DEL ACEITE DE OLIVA DE TÚNEZ ENTREGA UN PREMIO A LA CALIDAD
- TALLER DE ARMONIZACIÓN DE PANELES EN TÚNEZ
- PRÓXIMAMENTE, INFORMACIÓN SOBRE LAS ACTIVIDADES DE LA UNIDAD TÉCNICA
- OLIVE NEWS: UNA REVISTA DE PRENSA DEDICADA ÍNTEGRAMENTE AL OLIVO
- ESTUDIOS Y ESTADÍSTICAS ECONÓMICAS: UN AÑO DE ACTIVIDADES
- EXPORTACIONES DE ACEITUNAS DE MESA EXTRACOMUNITARIAS (EU27)
- COMERCIO MUNDIAL DEL ACEITE DE OLIVA Y LAS ACEITUNAS DE MESA



MÁS QUE UN SALUDO, UN VERDADERO DESEO

BRUSELAS / Seis minutos bien aprovechados y que merece la pena escuchar en su totalidad. **Janusz Wojciechowski**, comisario europeo de Agricultura, ha pronunciado un discurso durante las celebraciones del Día Mundial del Olivo en Tiflis, Georgia, el 26 de noviembre de 2021. En él ha expuesto los objetivos clave para el sector oleícola europeo y mundial: estabilización del mercado, normas más transparentes, una visión global y normas comunes para reforzar la calidad, facilitar el trabajo y fomentar el crecimiento de los mercados.



«El aceite de oliva, producto simbólico en muchos países por razones históricas, culturales y económicas, ocupa un lugar destacado en las políticas agrícolas de la Unión Europea. Somos firmes defensores de la labor de la Secretaría Ejecutiva», ha afirmado el comisario Wojciechowski. «Creemos firmemente que esta cooperación debe seguir dando frutos para el sector y para las personas cuyo medio de vida y cuya riqueza es el cultivo del olivo».

«Por esta razón, el nuevo plan de recuperación de la UE, representado por el instrumento Next Generation EU, también se centra en garantizar alimentos seguros y saludables para las generaciones futuras, pero para ello debemos trabajar junto con el COI para modernizar y simplificar las normas y garantizar a los consumidores más calidad y seguridad alimentaria».

Merece la pena escuchar su discurso una y otra vez: es como un deseo de fin de año y un buen comienzo de 2022. Un deseo que aceptamos con gran placer y que la familia del COI extiende con agradecimiento al comisario Wojciechowski.

EL COI Y GEORGIA: UN ESFUERZO EN EQUIPO

TIFLIS, GEORGIA / La 114ª sesión del Consejo de Miembros, celebrada en Tiflis, Georgia, en noviembre de 2021, ha constituido un espacio en el que la Secretaría Ejecutiva, los países miembros y la Presidencia de Georgia han podido compartir ideas y proyectos. Un canal de noticias local ha realizado un detallado reportaje sobre el evento, en el que se señala que, cuando se comparten los objetivos comunes del Convenio Internacional del Aceite de Oliva y las Aceitunas de Mesa de 2015, la cooperación da sus frutos. Más abajo



encontrarán un enlace al reportaje completo.

En este informe, la prensa georgiana ha sabido reflejar plenamente el verdadero significado del Convenio Internacional de 2015: unir fuerzas para apoyar al sector, crear riqueza mediante impulsos a la comercialización y al sector laboral, proteger el medio ambiente e implicar e informar al consumidor.

Georgia cuenta con personalidades importantes para liderar su misión olivarera. En primer lugar, el viceprimer ministro y ministro de Protección del Medioambiente y Agricultura, Levan Davitashvili (en la foto).



Figura política atenta y decidida, ha destacado el potencial del sector olivarero georgiano en términos económicos, de empleo y de medioambiente. George Svanidze, actual presidente del COI, es un empresario y mecenas georgiano que ha liderado con éxito la misión de crear un ambicioso proyecto en el sector oleícola de la región del Cáucaso Sur. «Hay margen para la acción y el desarrollo», afirma, «pero para enfrentarnos a este desafío necesitamos alianzas y la cooperación de la comunidad internacional». «Ahí es donde entramos nosotros», ha respondido el director ejecutivo del

COI, Abdellatif Ghedira. «Trabajamos codo con codo con las instituciones de los países miembros para fomentar el desarrollo del comercio internacional del aceite de oliva y las aceitunas de mesa, con normas comerciales vinculantes desarrolladas internamente

y actualizadas periódicamente para defender la calidad y el comercio justo. También ofrecemos a los representantes gubernamentales y a los expertos la oportunidad de reunirse periódicamente para debatir cuestiones y fijar prioridades. Para ello, trabajamos estrechamente con representantes de los distintos ámbitos del sector privado: productores, transformadores, empresarios y consumidores».





Sobre el impulso de la organización a la cooperación internacional, el Sr. Ghedira afirma: «Apoyamos la cooperación técnica internacional a través de proyectos de investigación y desarrollo, y de formación y transferencia de tecnología; impulsamos un desarrollo integrado, integral y sostenible de la olivicultura y su industria para fortalecer su relación con el medioambiente y preservar los recursos genéticos del olivo. Promovemos el consumo de aceite de oliva y de aceitunas de mesa mediante planes de acción y campañas de promoción, y difundimos estadísticas y datos claros y exactos sobre el mercado mundial del aceite de oliva y las aceitunas de mesa».

El viceprimer ministro georgiano, Levan Davitashvili, y el presidente del COI, George Svanidze, han perseguido con éxito estos objetivos, a juzgar por las numerosas reuniones celebradas en la sede del COI en Madrid durante los dos últimos años, que quedan recogidas en el reportaje, en el siguiente enlace:

<https://www.youtube.com/watch?v=X9izCQwl9fc>

UN NUEVO COMIENZO PARA LA OLIVICULTURA EN GEORGIA



TIFLIS / La Secretaría Ejecutiva ha celebrado un seminario internacional durante la 114ª sesión del Consejo de Miembros, que ha tenido lugar en Georgia, presidida por George Svanidze. Los participantes han recibido información sobre el potencial de la olivicultura en este país, «que aspira a ser uno de los principales actores del sector olivícola del Cáucaso Sur», ha declarado el director ejecutivo, Abdellatif Ghedira, en este importante evento para celebrar el Día Mundial del Olivo.



Con más de 1.200 hectáreas en producción, Georgia tiene previsto ampliar su sector mediante inversiones continuas y con el apoyo técnico del COI, el gobierno georgiano y la comunidad internacional.

Los primeros registros de olivos en Georgia se remontan a los siglos I y II d.C. Según los investigadores, los olivos fueron probablemente introducidos en el país por los griegos cuando colonizaron las regiones alrededor del Mar Negro.

Situada al norte de las montañas del Cáucaso Menor, Georgia está enclavada entre el Mar Negro y el Mar Caspio. Con una superficie total de 69.700 km², el país cuenta con 12 zonas climáticas diferentes y 49 tipos de suelo. El país también es rico en recursos hídricos renovables y los bosques cubren el 33% del territorio.

La agricultura representa el 8,3-9,2% del PIB y el 16-17,5% del comercio. Georgia tiene una larga tradición de producción de vino, cítricos, uvas, té, frutos secos, frutas y verduras. Georgia y el Cáucaso meridional se encuentran en el cuarto centro de diversidad de Vavilov: el suroeste de Asia. Se cree que los olivos son reliquias de las regiones del suroeste del país. Se sabe que existen olivos silvestres que crecen en los bosques junto a los laureles (*Laurus nobilis*) en Abjasia y en el suroeste. En la Biblia, Noé distribuyó aceitunas entre Armenia y Georgia.



Esta información procede de una interesante presentación realizada durante el seminario.



Para más información sobre el sector olivarero georgiano, pulse en este enlace: [Georgia - Producción oleícola y perspectivas NOV. 2021 Tiflis 12](#)

Zviad Bobokashvili - autor

Jefe del Departamento de Investigación de Cultivos Frutales, Centro de Investigación Científica del Ministerio de Agricultura de Georgia, doctor y profesor asociado.



SOME BEAUTIFUL PHOTOS TAKEN ON THIS SPECIAL DAY





EN DIRECTO DESDE LA 114ª SESIÓN DEL CONSEJO DE MIEMBROS



TIFLIS, GEORGIA / La 114ª sesión del Consejo de Miembros está en marcha en Tiflis, Georgia. Los delegados de los 18 países miembros del COI se reúnen en Georgia, que este año ocupa la presidencia, para tomar decisiones de peso para el sector. Junto al director ejecutivo, Abdellatif Ghedira, en la mesa de la presidencia están el viceprimer ministro del gobierno de Georgia y ministro de Protección del Medioambiente y Agricultura, Levan Davitashvili; el presidente del Consejo, George Svanidze, y el presidente del Comité Consultivo, en representación del sector mundial del aceite de oliva, Ali Ben El Hadj M'Barek. Los representantes de gobiernos de países miembros que se han unido a la sesión a distancia han dirigido saludos a la asamblea. Entre ellos, el ministro de Agricultura de Jordania, Kaled Musa Al Henefat, el viceministro de Comercio de Turquía, Sezai Ucarmak, y el ministro de Agricultura, Ganadería y Pesca de Uruguay, Fernando Matos.

DECISIONES SOBRE ELABORACIÓN DE NORMAS E INVESTIGACIÓN ADOPTADAS EN LA 114ª SESIÓN

La Unidad de Elaboración de normas e Investigación de la Secretaría Ejecutiva ha celebrado todas las reuniones de químicos y de expertos en análisis sensorial previstas en el calendario de actividades de la Unidad para 2021.

A continuación, se enumeran las decisiones sobre química, elaboración de normas e investigación presentadas y adoptadas en la 114ª sesión del Consejo de Miembros de noviembre de 2021:



- Decisión DEC-III.1/114-VI/2021 sobre la norma comercial para los aceites de oliva y los aceites de orujo de oliva, COI/T.15/NC N.º 3/Rev. 17, con vistas a:
 - 1. Incluir el árbol decisional sobre el límite de ácido linolénico entre 1,00 y 1,40%;
 - 2. Revisar el árbol decisional para los aceites de oliva refinados y los aceites de oliva;
 - 3. Revisar el árbol decisional para el aceite de orujo de oliva crudo y el aceite de orujo de oliva refinado;
- Decisión DEC-III.2/114-VI/2021 sobre el método para determinar el contenido de metanol y etanol de los aceites de oliva vírgenes (documento COI/T. 20/Doc. N.º 36)
- Decisión III.03/114-VI/2021 - Guía COI/T.28/Doc. 1/Rev. 6, sobre las directrices para cumplir los requisitos de la norma ISO:17025 relativos a la competencia de los laboratorios de análisis sensorial, en particular para el aceite de oliva virgen
- Decisión DEC-III.4/114-VI/2021 por la que se aprueban las directrices para conceder el patrocinio institucional y el reconocimiento del COI a los cursos sobre evaluación organoléptica de los aceites de oliva vírgenes organizados por las autoridades competentes (COI/T.30-3/Doc. N.º 1)
- Decisión III.5/114-VI/2021 sobre las bases del Premio a la Calidad Mario Solinas, el concurso internacional del COI para los aceites de oliva virgen extra, para 2022 (COI/T.30/Doc. N.º 24)
- Decisión DEC-III.6/114-VI/2021 relativa a la concesión del patrocinio institucional del COI a los concursos nacionales a la calidad de los aceites de oliva vírgenes extra organizados por las autoridades competentes (COI/T.30-2/Doc. N.º 3)
- Decisión DEC-III.7/114-VI/2021 por la que se adopta el acta de aprobación del COI para los laboratorios de análisis físico-químicos de los aceites de oliva
- Lista de los laboratorios de análisis físico-químicos reconocidos por el COI para el período comprendido entre el 1 de diciembre de 2021 y el 30 de noviembre de 2022 ([T.21/Doc. 13/Rev.24/12.2021](#))
- Lista de los laboratorios de análisis sensorial de aceites de oliva vírgenes reconocidos por el COI para el período comprendido entre el 1 de diciembre de 2021 y el 30 de noviembre de 2022 ([T.28/Doc. N.º 3/Rev.24/ 12.2021](#)) de conformidad con la Decisión DEC-13/103-V/2015 relativa a la aprobación por el COI de los laboratorios de análisis sensorial de los aceites de oliva vírgenes)



DESFILE VIP PARA EL DÍA MUNDIAL DEL OLIVO



TIFLIS - GEORGIA / Está disponible la cobertura en directo del seminario internacional con ocasión del Día Mundial del Olivo con las autoridades georgianas en colaboración con la Secretaría Ejecutiva.

El seminario ha abordado las tendencias del mercado internacional del aceite de oliva. Expertos internacionales han debatido cuestiones económicas clave y temas de gran interés para el consumidor mundial.

El evento ha tenido lugar de 11:30 a 16:30 (hora de Tiflis) (de 8:30 a 13:30 hora de Madrid) el viernes 26 de noviembre de 2021. Ha participado un auténtico desfile de distinguidos invitados, entre ellos el viceprimer ministro y ministro de Protección del Medioambiente y Agricultura de Georgia, Levan Davitashvili, la presidenta de Georgia, Salome Zourabichvili, el primer ministro de Georgia, Irakli Garibashvili, el presidente del Parlamento de Georgia, Kakhaber Kuchava, el presidente del COI, George Svanidze, el director ejecutivo del COI, Abdellatif Ghedira, el comisario europeo de Agricultura, Janusz Wojciechowski, el embajador y jefe de la delegación de la UE en Georgia, Carl Hartzell, y el ministro de Agricultura del Reino de Jordania, Khaled Musa Al Henefat.

El seminario se ha celebrado en el edificio de la Presidencia de la República de Georgia. Para consultar el programa, haga clic en este enlace: [Programa_Día_del_Olivo](#)



TIFLIS CELEBRA EL DÍA MUNDIAL DEL OLIVO 2021

TIFLIS / Por primera vez en la historia del COI, el Día Mundial del Olivo se ha celebrado fuera de la sede del COI, en el magnífico Palacio Ceremonial de Georgia en Tiflis.



Para conmemorar el evento, la Secretaría Ejecutiva, junto con la Presidencia y el Gobierno de Georgia, ha organizado un seminario internacional sobre las tendencias del mercado global del aceite de oliva.

Los discursos de bienvenida han corrido a cargo de Levan Davitashvili, viceprimer ministro y ministro de Protección del Medioambiente y Agricultura de Georgia, Natela Turnava, ministra de Economía y Desarrollo Sostenible de Georgia, George Svanidze, presidente del COI, Abdellatif Ghedira, director ejecutivo del COI, Janusz Wojciechowski, comisario europeo de Agricultura, Kaled Musa al Henefat, ministro de Agricultura del Reino de Jordania, y Mahmoud Elyes Hamza, ministro de Agricultura, Recursos Hídricos y Pesca de Túnez.

Durante el seminario técnico se han efectuado presentaciones detalladas sobre una amplia gama de temas. Jaime Lillo, director ejecutivo adjunto del COI, ha intervenido sobre el mercado internacional del aceite de oliva. Gabriel Vigil, responsable del sector oleícola en la Comisión Europea, ha presentado el mercado de la UE y las tendencias actuales, y Joseph R. Profaci, director ejecutivo de la North American Olive Oil Association, ha presentado el mercado estadounidense. Juan Vilar, codirector del máster en Administración y Gestión de empresas oleícolas, ha presentado el perfil del consumidor de aceite de oliva en el mundo, y



Santi Mas ha presentado el proyecto Plant Forward Kitchen en nombre de Greg Drescher, vicepresidente de iniciativas estratégicas y liderazgo del sector en el Culinary Institute of America.

El discurso final sobre la producción de aceitunas en Georgia, sobre la situación actual, los retos y las perspectivas, ha corrido a cargo de Zviad Bobokashvili, jefe del Departamento de Investigación de Cultivos Frutales del Centro de Investigación Científica de Agricultura de Georgia.



El COI celebra el Día Mundial del Olivo, reconocido oficialmente por la UNESCO en 2019, el 26 de noviembre de cada año. Para promover este importante acontecimiento, la Secretaría Ejecutiva colabora y presta apoyo a las delegaciones de los países miembros, a los representantes del sector, a las autoridades locales, a los observatorios y a los miembros del cuerpo diplomático de los países firmantes del Convenio Internacional del Aceite de Oliva y las Aceitunas de Mesa de 2015.

ALGUNAS IMÁGENES DE ESTE DÍA ESPECIAL





EL COMITÉ CONSULTIVO DEBATE CUESTIONES IMPORTANTES PARA EL FUTURO DEL SECTOR

TIFLIS, GEORGIA / La 57ª reunión del Comité Consultivo está en marcha en Tiflis. Presidida por Georgia, el encuentro se celebra un día antes de la 114ª sesión del Consejo de Miembros. Se trata de la primera reunión tras la pandemia de covid-19 que se celebra en un formato híbrido: algunos delegados asisten de forma presencial en la capital de Georgia, y otros de forma virtual, desde todo el mundo.



La reunión ha sido inaugurada por el presidente del COI, George Svanidze, y a continuación han pronunciado discursos de bienvenida el director ejecutivo, Abdellatif Ghedira, y el presidente del Comité Consultivo, Ali Ben El Hadj M'Barek. También ha estado presente el director ejecutivo adjunto responsable de los asuntos administrativos y financieros, Mustafa Sepetçi. Jaime Lillo, director ejecutivo adjunto responsable de las actividades operativas, ha realizado una presentación sobre dos temas de especial interés para el sector: el NutriScore y la revisión de la norma internacional del Codex Alimentarius.



El acto ha continuado con las presentaciones de las unidades operativas: Elaboración de normas e Investigación, Tecnología y Medioambiente, Economía y Promoción, y sobre las actividades de apoyo horizontal realizadas por el Observatorio del COI.



Los observadores y los representantes del sector mundial del aceite de oliva han completado los puntos del orden del día de la reunión, proporcionando a la Secretaría Ejecutiva un excelente material de reflexión para el posterior debate en el Consejo de Miembros.

ACEITE DE OLIVA: SEGÚN LA UE, EL COMERCIO CRECERÁ HASTA 2030



TIFLIS - GEORGIA / Según las previsiones de la DGAgri de la Comisión Europea, el crecimiento del comercio del aceite de oliva seguirá siendo fuerte y se acelerará hacia 2030. Estas son las conclusiones de un estudio presentado por Gabriel Vigil, jefe del Sector del Aceite de Oliva de la Dirección General de Agricultura de la Comisión Europea.



El estudio se ha presentado durante un interesante seminario organizado por el COI en Tiflis en el marco del Día Mundial del Olivo 2021.

Gabriel Vigil ha señalado, no obstante, que el sector debe superar una serie de retos, como el cambio climático, los cambios en el comportamiento de los consumidores, las nuevas oportunidades de mercado y los nuevos países productores.



La superficie total de la UE es de 4.476.200 km², de los cuales menos de 6 millones de hectáreas se destinan al cultivo del olivo.

La UE es el mayor productor, pero también es, a día de hoy, el mayor consumidor de aceite de oliva. Es un punto de referencia importante en el COI, siendo el principal actor con la mayor concentración de comercio mundial en el sector del aceite de oliva.

Más información disponible en este enlace: [1 Presentación El mercado del aceite de oliva en la Unión Europea 26 de noviembre](#)



Gabriel Vigil - autor

Autor del estudio: Gabriel Vigil, jefe del Sector del Aceite de Oliva de la Dirección General de Agricultura de la Comisión Europea y ponente principal durante el seminario internacional con motivo del Día Mundial del Olivo 2021 organizado por la Secretaría Ejecutiva del COI en Tiflis.

EL MINISTRO DE ASUNTOS EXTERIORES DE CHIPRE VISITA LA SEDE DEL COI

MADRID / Durante su visita a España, el ministro de Asuntos Exteriores de Chipre, **Nikos Christodoulides**, ha realizado una visita al director ejecutivo del COI, **Abdellatif Ghedira**, en la sede de la organización, el 9 de noviembre de 2021.

El ministro, que ha acudido acompañado por el embajador de Chipre en Madrid y el jefe de Protocolo de la Embajada, ha sido recibido por el director ejecutivo, el jefe del Departamento de Relaciones Exteriores de la Secretaría Ejecutiva y el profesor Luis Rallo de la Universidad de Córdoba.



Nikos Christodoulides ha obsequiado al director ejecutivo con un olivo chipriota, que será plantado en la explanada del edificio de la sede.



El debate posterior se ha centrado en las actividades llevadas a cabo por el COI, en particular las que implican a las instituciones chipriotas.

Luis Rallo ha ofrecido una visión general del proyecto True Healthy Olive Cultivars (THOC), destacando el dinamismo de la participación de Chipre en este proyecto.

La reunión ha concluido con un intercambio de regalos entre los dos funcionarios, una foto y una anotación del ministro en el libro de visitas de la organización.



EL EMBAJADOR DE PAKISTÁN VISITA LA SEDE DE EL COI

MADRID / El 18 de noviembre de 2021, el director ejecutivo del COI, Abdellatif Ghedira, ha recibido en la sede a S.E. Shujjat Ali Rathore, embajador de la República Islámica de Pakistán, acompañado por su consejero de Comercio e Inversión, Ahmed Affan. También ha asistido a la reunión el jefe del Departamento de Relaciones Exteriores de la Secretaría Ejecutiva.



Los debates se han centrado en las repercusiones positivas de la misión del director ejecutivo en Pakistán, las diversas reuniones con las autoridades pakistaníes y las partes interesadas del sector privado, y las visitas a diferentes regiones del país. Ambas partes han concluido que Pakistán tiene un potencial real y los recursos humanos adecuados para tener éxito en su plan de desarrollo del sector oleícola, y han subrayado la importancia de la formación técnica para que se adopten buenas prácticas y así evitar costosas rectificaciones.

También se ha tratado la adhesión de Pakistán al COI. El embajador pakistaní ha agradecido a la Secretaría Ejecutiva, en particular a su director ejecutivo, los esfuerzos realizados para impulsar el sector oleícola en Pakistán y ha reafirmado la voluntad de su país de ingresar en la familia del COI lo antes posible. La Secretaría Ejecutiva ha presentado a la parte pakistaní un documento en el que se explican los pasos necesarios para convertirse en miembro.

Al término de la reunión, ambas partes se han comprometido a mantener el contacto, y el director ejecutivo ha asegurado a sus invitados el apoyo de la Secretaría Ejecutiva a Pakistán en sus esfuerzos por ingresar en el COI.

OLIVARES VIVOS+

MADRID / El modelo de olivicultura sostenible y rentable promovido por SEO/birdlife se extiende a otras regiones europeas.

Se ha presentado el 2 de diciembre en la sede del Consejo Oleícola Internacional, en Madrid, el proyecto [LIFE Olivares Vivos+](#), cuyo principal objetivo es acelerar la expansión del modelo de olivicultura Olivares Vivos. Un modelo de agricultura que recupera biodiversidad y la transforma en rentabilidad para el agricultor. Los resultados del anterior proyecto LIFE Olivares Vivos, que comenzó a finales de 2015 y finalizó el pasado mes de mayo, han demostrado que este nuevo modelo de olivicultura recupera biodiversidad de forma significativa y la transforma en rentabilidad, mediante el ahorro de insumos (una disminución media del 22% en el gasto de fertilizantes y fitosanitarios), por el pago por servicios ambientales (a través de los ecoesquemas y medidas agroambientales de la nueva PAC) y, sobre todo, por el valor añadido que representa para los aceites producidos en los olivares vivos la recuperación de especies de fauna y flora (garantizado por el sello Olivares Vivos y su esquema de certificación).



El nuevo proyecto, que arranca este año y se prolongará hasta 2026, servirá para acelerar la replicación de este modelo por las principales regiones olivareras de España, Italia, Grecia y Portugal. Además, en esta nueva etapa, se conocerá cómo se comportará la biodiversidad a más largo plazo, tras su puesta en marcha, y su conducta en escenarios de cambio climático, al estudiarse también en las regiones más áridas del área de distribución del olivar. Asimismo, se iniciará su expansión a otros cultivos.

«El olivar es el cultivo más importante para la conservación de la vida silvestre en Europa. Que Olivares Vivos+ acelere su expansión en las principales regiones olivareras de la cuenca mediterránea, punto caliente de biodiversidad, supone una apuesta global por recuperar el vínculo entre agricultura y naturaleza manteniendo como premisa los intereses de los agricultores. Estamos convencidos de que esta extensión será el paso definitivo para consolidar a Olivares Vivos como un referente, sumando más aliados y afianzando en Europa un modelo de agricultura reconciliada con la vida », señala **Asunción Ruiz, directora ejecutiva de SEO/BirdLife.**

Una de las metas de esta nueva fase será **extender y replicar este modelo de cultivo del olivar, a través de fincas demostrativas y cursos formativos para agricultores, por las comunidades autónomas de Andalucía, Extremadura, Comunidad de Madrid, Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana y Cataluña.** Mientras, en la esfera internacional, se desarrollará también en **el Alentejo, en Portugal; la Toscana y Apulia, en Italia y el Peloponeso y Creta, en Grecia.** Asimismo, se seguirá evaluando la biodiversidad y estudiando cómo evoluciona en cada una de estas regiones, una vez puestos en marcha los planes de actuación para rescatarla, o se analizará





el impacto que el cambio climático tendrá sobre este modelo de olivicultura y el olivar, en parcelas localizadas en zonas semiáridas de las provincias andaluzas de Almería o Granada. Todo, para conforme avance el proyecto, iniciar también su aplicación sobre otros cultivos, como la vid, el almendro o los cítricos.

A lo largo del pasado proyecto LIFE, aparte de los trabajos de seguimiento de biodiversidad y ensayos de medidas agroambientales, ya el departamento de Marketing de la Universidad de Jaén realizó estudios y encuestas en varios países de la UE para diseñar la mejor estrategia comercial y enfocar la promoción de los AOVE con el sello Olivares Vivos. Pero, ahora, todo este trabajo de campo y de investigación continuará acompañándose de **acciones informativas dirigidas a los consumidores**, el último pero indispensable eslabón de la cadena del proyecto. Y es que, como apunta **José Eugenio Gutiérrez, delegado de SEO/BirdLife en Andalucía y coordinador de Olivares Vivos**: «los consumidores son clave en todo el proceso, por su capacidad de elección en la cesta de la compra, siendo fundamental que reconozcan el **sello diferenciador de los AOVE Olivares Vivos**: el primer producto agroalimentario de Europa con un aval científico que certifica que para producirlos se ha recuperado especies de flora y fauna».



El acto de presentación de **Olivares Vivos+** ha sido conducido por **Noelia Santos**, periodista de gastronomía y de ocio de *Time Out*, y ha contado con la intervención de **Angelo Salsi**, jefe del Departamento de Recursos Naturales, Clima, Economía Azul Sostenible y Energía Limpia de CINEA-Comisión Europea; **Asunción Ruiz**, directora ejecutiva de SEO/BirdLife; **Hugo Morán**, secretario de Estado de Medio Ambiente; **Fernando Miranda**, secretario general de Agricultura y Alimentación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; **Jaime Lillo**, director adjunto del Consejo Oleícola Internacional; **Araceli Cabello**, directora general de Medio Natural, Biodiversidad y Espacios Protegidos de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, y **Pedro Bruno**, diputado de Agricultura, Medio Ambiente y Cambio Climático de la Diputación de Jaén.

LA ESTELA DE OLIVARES VIVOS

Tras cinco años de recorrido, Olivares Vivos se ha convertido en un referente mundial para conciliar agricultura y biodiversidad, cosechando éxitos y alcanzando un gran reconocimiento a nivel nacional e internacional, que ha servido para que reciba un nuevo impulso del Programa LIFE.

El esquema agroambiental que conforma el modelo Olivares Vivos se basa en el **mayor estudio científico realizado en el mundo sobre olivar y biodiversidad**. Un trabajo de investigación llevado a cabo por el departamento de ecología de la Universidad de Jaén y la Estación Experimental de Zonas Áridas del CSIC, que midió la biodiversidad en 40 olivares de Andalucía antes y después de implementar las actuaciones para recuperar la flora y la fauna. Este estudio confirmó que, en los Olivares Vivos, y en apenas tres años, **el número de especies de aves, hormigas, abejas y plantas se incrementó entre un 7 y un 12%, y su abun-**



dancia un 40%. Asimismo, a medio plazo se espera **que se recupere un 25% adicional**. En conjunto y, en términos absolutos, en los olivares estudiados se han encontrado 180 especies de aves, 60 de hormigas, 200 de abejas silvestres y más de 750 de plantas, entre ellas, una nueva para la ciencia, *Linaria qartobensis*.

Esta mejora de la biodiversidad ha sido posible gracias a la puesta en marcha de medidas sencillas, pero altamente efectivas, como la gestión de la **cubierta herbácea**, la **restauración de las zonas improductivas** del olivar (cárcavas, arroyos, linderos, bordes de caminos, etc.), mediante **plantaciones con especies autóctonas**, y la **instalación de infraestructuras de soporte para la fauna** (charcas y bebederos, muretes, cajas y postes nidos, nidales de insectos...). Actuaciones llevadas a cabo por las olivareñas y olivareros del proyecto LIFE, y mediante voluntariado y cuadrillas profesionales, coordinadas por SEO/BirdLife.

Otro aspecto significativo ha sido la gran acogida que Olivares Vivos ha tenido por el territorio andaluz, materializado en la [Red de Municipios por los Olivares Vivos](#). Impulsada por la Diputación de Jaén, aglutina a **68 localidades que han suscrito un manifiesto que tiene como base el fomento de un olivar aliado de la biodiversidad**. En esta misma línea, **más de 750 agricultores ya han solicitado participar en Olivares Vivos**, lo que demuestra el gran interés que existe por otro modelo de olivicultura que, además, mejore su rentabilidad.

El proyecto LIFE Olivares Vivos+, estará coordinado por SEO/BirdLife y cuenta con la participación de la Diputación provincial de Jaén, la Universidad de Jaén, la Estación Experimental de Zonas Áridas EEZA-CSIC, Hellinikos Georgikos Organismos – Dimitra, DREAM Italia, la Universidad de Évora y Juan Vilar consultores, y cuenta con el apoyo financiero de la Diputación de Jaén, la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, la Interprofesional del Aceite de Oliva de España, la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y la Caja Rural de Jaén.

Más información: [imágenes y material audiovisual](#) [©Olivares Vivos](#)

LA OFICINA NACIONAL DEL ACEITE DE OLIVA DE TÚNEZ ENTREGA UN PREMIO A LA CALIDAD



TÚNEZ / Una delegación del COI ha asistido a la ceremonia de entrega de premios de un concurso de aceites de oliva vírgenes extra convocado por la Oficina Nacional del Aceite de Oliva de Túnez. El acto se ha celebrado en la sede del Ministerio tunecino de Agricultura, Recursos Hídricos y Pesca.

El COI ha otorgado su patrocinio a esta cuarta edición del concurso, siguiendo las normas de concesión del patrocinio institucional para los concursos



nacionales de aceite de oliva virgen extra organizados por las autoridades competentes. Estas normas se basan en las bases del Premio a la calidad Mario Solinas.

Para solicitar el patrocinio del COI para un concurso nacional de aceite de oliva, envíe un correo electrónico a la Secretaría Ejecutiva: iooc@internationaloliveoil.org. Haga clic en el siguiente enlace para consultar las bases del concurso: <https://www.internationaloliveoil.org/what-we-do/chemistry-standardisation-unit/#institutional>.



TALLER DE ARMONIZACIÓN DE PANELES EN TÚNEZ



TÚNEZ / Unos 40 jefes de panel y jefes adjuntos de panel pertenecientes a los 21 paneles tunecinos reconocidos por el COI han participado el 1 de diciembre de 2021 en un taller de armonización en el centro de formación de la Oficina Nacional del Aceite de Oliva en Túnez.

El curso, organizado en el marco de la celebración del Día Mundial del Olivo en el país, ha sido impartido por dos expertos en análisis sensorial del COI. El objetivo de la sesión era reducir las discrepancias y diferencias en los resultados, para garantizar la armonización entre los paneles de cata.



La armonización es uno de los principales objetivos de la Unidad de Elaboración de normas e Investigación del Consejo Oleícola Internacional. En este marco, la Secretaría Ejecutiva organiza un taller anual de armonización para los paneles de cata reconocidos por el COI. El próximo taller está previsto para septiembre de 2022. Se facilitará más información sobre la participación y las muestras a su debido tiempo.

PRÓXIMAMENTE, INFORMACIÓN SOBRE LAS ACTIVIDADES DE LA UNIDAD TÉCNICA

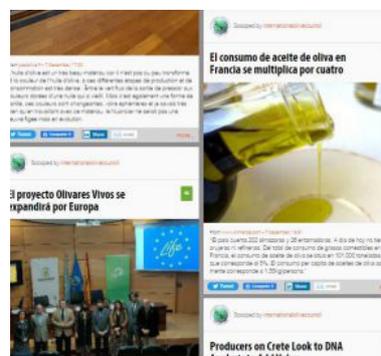
La **Unidad de Olivicultura, Elaiotecnia y Medioambiente** cuenta con un jefe de unidad, Abdelkrim Adi (hasta el final de su mandato en noviembre de 2021), y dos jefes de departamento, una de **Cooperación Técnica y Formación**, Catarina Bairrão Balula, y otro de **Elaiotecnia y Medioambiente**, Pablo Morello Parra, que ha venido a reforzar el equipo en 2021.

Durante el año 2021 se han realizado actividades muy importantes y significativas con un efecto considerable en el sector oleícola, organizadas por y con la participación de esta Unidad. En enero se publicará información detallada en este boletín.



OLIVE NEWS: UNA REVISTA DE PRENSA DEDICADA ÍNTEGRAMENTE AL OLIVO

MADRID / La Secretaría Ejecutiva sigue realizando un seguimiento del sector a través de su revista de prensa OLIVE NEWS (<http://www.scoop.it/t/olive-news>), que utiliza diferentes herramientas de investigación y un repaso periódico de la prensa internacional para compilar y publicar artículos de las principales revistas especializadas en el sector olivarero internacional y otros temas relacionados con la agricultura, la nutrición, la salud, la economía agraria, el medioambiente, la dieta mediterránea, entre otros, en español, inglés, francés e italiano. Esta revista de prensa se actualiza diariamente.



Los artículos publicados también están disponibles en nuestras redes sociales LinkedIn y Twitter.

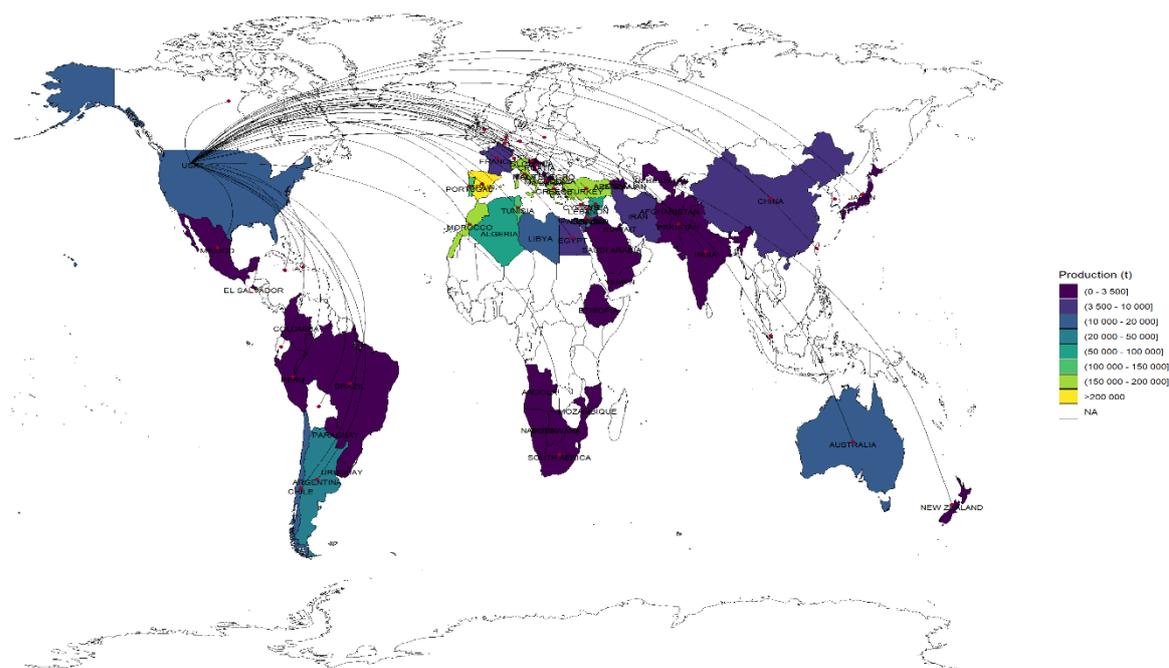


ESTUDIOS Y ESTADÍSTICAS ECONÓMICAS: UN AÑO DE ACTIVIDADES

Unidad de Economía y Promoción - Departamento de Investigación Económica y Estadísticas

La actividad de economía está regulada por el convenio internacional del aceite de oliva y aceitunas de mesa de 2015 y entre los objetivos del convenio se encuentran los de examinar los balances mundiales del aceite de oliva, los aceites de orujo de oliva y las aceitunas de mesa, realizar estudios y proponer las medidas pertinentes. Se trata también de divulgar análisis y datos económicos sobre el aceite de oliva y las aceitunas de mesa y brindar a los miembros los indicadores necesarios para facilitar el buen funcionamiento de los mercados de productos oleícolas.

Olive oil imports to USA and olive oil production, 2018/19 crop year



ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL MERCADO

La Unidad de Economía y Promoción viene haciendo un seguimiento y análisis periódico del mercado (mercados de aceites de oliva, aceites de orujo de oliva, aceitunas de mesa, otros aceites y grasas). Este trabajo implica:

- Actualizar y procesar la base de datos estadística del COI sobre los mercados mundiales de aceites de oliva, aceitunas de mesa y otros aceites y grasas vegetales comestibles fluidos.
- Revisión de las condiciones del mercado.



- Seguimiento de las importaciones de aceite de oliva y aceitunas de mesa por parte de los países donde el COI realiza actividades de promoción.
- Realización de estudios retrospectivos y prospectivos del mercado del aceite de oliva y la aceituna de mesa.
- Seguimiento de la superficie cultivada nacional de olivos y la distribución geográfica de los recursos mundiales de olivos.
- Seguimiento de las medidas de política relativas a la producción, comercialización, consumo interno y comercio internacional de productos de la aceituna y otras políticas nacionales de desarrollo.
- Seguimiento de acuerdos bilaterales o multilaterales entre países sobre comercio de aceites de oliva y aceitunas de mesa.
- Seguimiento de las encuestas económicas, estudios e investigaciones sobre el sector del aceite de oliva.

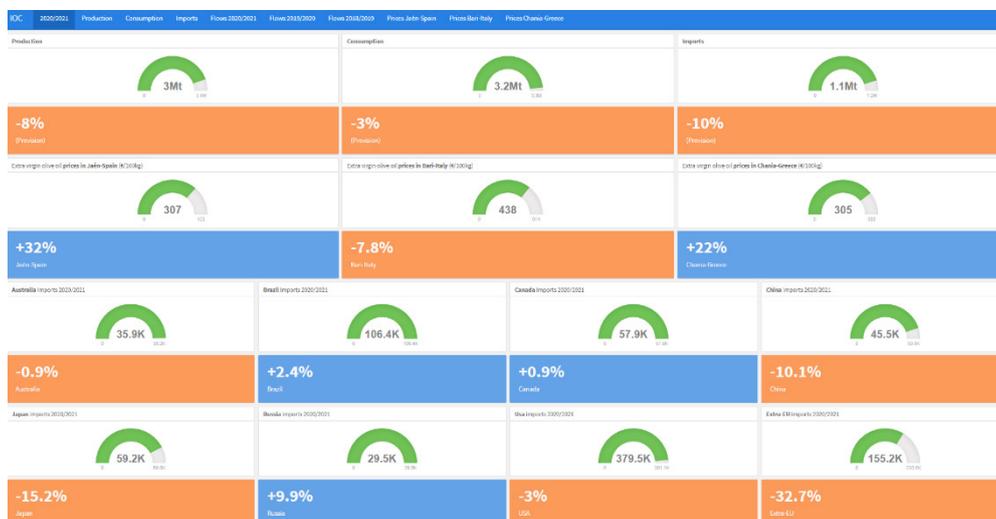


Gráfico I - Imagen de la publicación Dashboard preparada por esta unidad y disponible en la página web del COI.

ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL TRABAJO DEL COI

La unidad realiza estudios de mercado y otros análisis económicos y trabajos estadísticos sobre el sector del aceite de oliva y de las aceitunas de mesa que solicitan los miembros del COI.

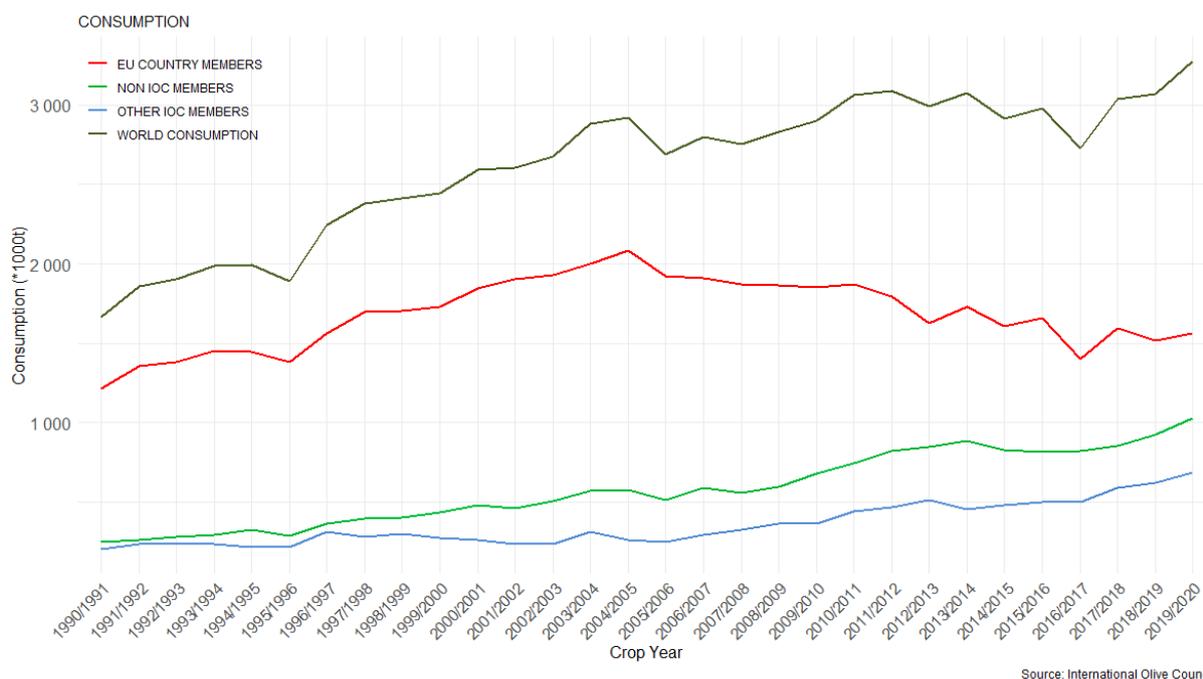
En el año 2020 se inició un **estudio del comportamiento del consumidor**, ya que el consumo de aceite de oliva en los países miembros viene experimentando cambios significativos en volumen y por grupos de países a lo largo de los últimos años.



La evolución del consumo mundial casi se ha duplicado desde la campaña 1990/91. Esta evolución tiene como principal característica el crecimiento del consumo en los países no miembros del COI, que aumenta regularmente en las últimas décadas pasando de alrededor de un 14% al 30% del consumo mundial.

Por otro lado, la evolución del consumo en la Unión Europea viene cayendo a partir de la campaña 2004/05. La Unión Europea ha pasado de unos porcentajes de alrededor del 70% del total mundial que tenía en la campaña 2004/05 a alrededor del 50% que tiene en la actualidad.

Cuando el consumo en la Unión Europea ha comenzado a caer el consumo ha aumentado en el resto del mundo.



Source: International Olive Council

Gráfico II - Distribución del consumo de aceite de oliva.

Por ello, se hace necesario un **estudio del comportamiento del consumidor** para analizar las variables que intervienen en el consumo y comprender qué ha producido la caída del consumo en determinados países.

El estudio se llevará a cabo a través de una revisión de la literatura existente sobre el consumo de aceite y grasas a nivel nacional e internacional y análisis de información secundaria de fuentes públicas y privadas. Además, estará basado en una encuesta representativa utilizando un cuestionario estructurado dirigido a consumidores finales en los países objetivo.

Los objetivos que se pretenden alcanzar con este estudio son:



- 1. Analizar los cambios y tendencias en el consumo de aceite de oliva, en los países miembros del COI, en relación con otros aceites y grasas comestibles, con el fin de identificar si ha habido una disminución en el consumo de aceites de oliva exclusivamente, o si ha habido una reducción general en la ingesta de grasas. Siempre que sea posible, el análisis se realizará según el tipo de aceite de oliva (AOVE, AOV y AO). Además, se examinarán los factores de cambio en los patrones alimentarios, en particular los que afectan los hábitos de consumo.

- 2. Analizar el comportamiento de los consumidores en relación con los aceites y grasas comestibles en general, y el aceite de oliva en particular, en los países miembros del COI, con el fin de determinar lo siguiente:
 - Uso doméstico de aceites de oliva (hogares consumidores, hogares no consumidores, hogares que usan exclusivamente aceite de oliva, hogares que usan tanto aceite de oliva como aceite de girasol, etc.).

 - Razones contra el uso de aceites de oliva.

 - Aceites y grasas utilizados para diferentes propósitos (freír con mucha grasa, aderezo para ensaladas, freír en sartén, hornear, guisar, etc.).

 - Razones para comprar o usar aceites y grasas en cada propósito.

 - Imagen o percepción de los aceites de oliva en función de las cualidades o ventajas particulares que se buscan en la compra / consumo (precio, calidad, salud, medio ambiente, sabor, etc.).

 - Puntos de venta y métodos de compra; uso de tecnologías de información y comunicación.

 - Marcas registradas adquiridas.

 - Niveles de conocimiento de los distintos tipos de aceite de oliva en el mercado.

 - Fuentes de información sobre alimentos, en general, y aceite de oliva en particular.

 - Sensibilidad al precio / disposición a pagar.

 - Identificación de segmentos de mercado según variables sociodemográficas y psicográficas.

 - Análisis retrospectivo de la compra de aceite, si dejó de comprar aceite volverá a comprar o no.

El estudio se encuentra en curso y en 2020 se cubrió España, Italia y Grecia, países donde se han producido caídas de consumo significativas. En 2021 se cubrirá Argentina, Egipto, Túnez y Jordania. En 2022 terminará el estudio encuestándose otros países.



ACTIVIDADES RELATIVAS A LA SECRETARÍA EJECUTIVA DEL COI

La Unidad de Economía y Promoción contribuye de forma regular con artículos de análisis sectorial para la revista del COI OLIVAE y revisión de manuscritos económicos presentados por autores externos. Además, prepara la información económica y estadística de la publicación mensual Newsletter.



THE WORLD OF OLIVE OIL

Source: Economy and Promotion Unit



OLIVAE CONTENTS

- 04 IOC Mission
05 Editorial
06 Olivaé 60th anniversary
11 Country profiles of member states
ALBANIA LIBYA
ALGERIA MONTENEGRO
ARGENTINA MOROCCO
EGYPT PALESTINE
LR. IRAN TUNISIA
ISRAEL TURKEY
JORDAN EU
LEBANON URUGUAY
44 The main import markets
48 The IOC: 60 years of standardisation
52 Synergy between olive growing, olive oil technology and environment
56 The New dissemination tool of the IOC: The Observatory

EU

EXPORTS OF OLIVE OIL OUTSIDE OF THE EU

Spain, Italy, Portugal and Greece were the top exporters of olive oil to countries outside of the EU in the 2016/17 crop year...

The total volume of exports reached 558,000 t, with the United States as the biggest importer of EU oils, taking 37.5% of the total.

Table with 5 columns: Country, 2016/17, 2017/18, 2018/19, 2019/20. Lists top exporting countries like Spain, Italy, Portugal, Greece, France, etc.

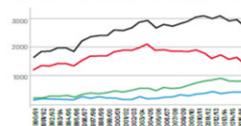
EXPORTS OF OLIVE OIL OUTSIDE OF THE EU

Table with 4 columns: Country, Olive Oil, Olive-Pomace Oil, Total. Lists major importers like USA, Japan, Brazil, etc.

CONSUMPTION OF OLIVE OIL

In the 2016/17 campaign, 62.5% of the total olive oil consumed in the European Union was produced in Spain and Italy...

DISTRIBUTION OF GLOBAL CONSUMPTION BY ORIGIN



CONSUMPTION OF OLIVE OIL

Table with 5 columns: Country, 2015/16, 2016/17, 2017/18, 2018/19. Lists top consuming countries like Spain, Italy, France, etc.



PRECIOS

Para ayudar a arrojar luz sobre la situación del mercado internacional, la unidad ha preparado en 2020 un informe mensual con los movimientos en los precios al productor del aceite de oliva virgen extra, aceite de oliva refinado y aceite de orujo de oliva refinado en mercados representativos. Como estos mercados representan una gran parte de la producción mundial, los precios de producción que se pagan tienen una influencia significativa en los precios en otros lugares.

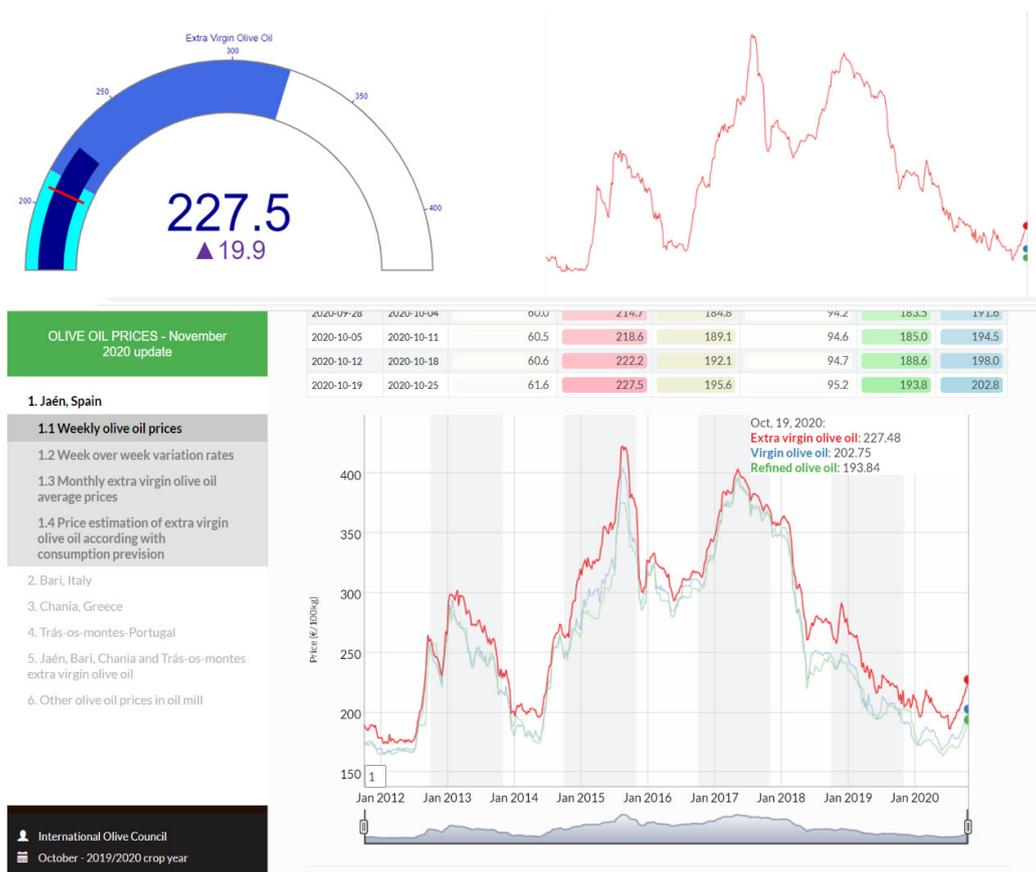


Gráfico IV – Algunas imágenes del Informe mensual de precios disponible en la página web del COI.



BALANCES APROBADOS

Se examina de cerca la situación de los mercados del aceite de oliva y las aceitunas de mesa y se hace una estimación general de la oferta y la demanda de aceites de oliva y aceitunas de mesa. Para ello, se utiliza la información proporcionada por cada miembro del COI, así como los datos proporcionados por gobiernos no miembros y cualquier otro material estadístico pertinente disponible. Los datos provisionales de producción y consumo se presentan a continuación. Los datos definitivos de los balances aprobados por el consejo de miembros estarán disponibles en el mes de diciembre de 2021.

| Production (×1000tn) | 2015/2016 | 2016/2017 | 2017/2018 | 2018/2019 | 2019/2020(p.) | Average | 2020/2021(e.) | %variation rates |
|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|---------------|------------------|
| EU, of which: | 2 324 | 1 752 | 2 188 | 2 264 | 1 920 | 2 090 | 2 051 | ↑ 6.8% |
| SPAIN | 1 403 | 1 291 | 1 262 | 1 790 | 1 125 | 1 374 | 1 389 | ↑ 23.4% |
| GREECE | 320 | 195 | 346 | 185 | 275 | 264 | 275 | ↓ 0.0% |
| ITALY | 475 | 182 | 429 | 174 | 366 | 325 | 274 | ↓ -25.4% |
| PORTUGAL | 109 | 69 | 135 | 100 | 140 | 111 | 100 | ↓ -28.8% |
| Other IOC countries, of which: | 668 | 620 | 1 007 | 808 | 1 158 | 852 | 758 | ↓ -34.5% |
| TUNISIA | 140 | 100 | 325 | 140 | 440 | 229 | 140 | ↓ -68.2% |
| TURKEY | 150 | 178 | 263 | 194 | 230 | 203 | 210 | ↓ -8.7% |
| MOROCCO | 130 | 110 | 140 | 200 | 145 | 145 | 160 | ↑ 10.3% |
| ALGERIA | 82 | 63 | 82 | 97 | 126 | 90 | 70 | ↓ -44.0% |
| EGYPT | 16 | 30 | 40 | 41 | 40 | 33 | 30 | ↓ -25.0% |
| JORDAN | 30 | 20 | 21 | 21 | 34 | 25 | 24 | ↓ -29.0% |
| ARGENTINA | 24 | 24 | 45 | 28 | 30 | 30 | 30 | ↓ 0.0% |
| Non-IOC producers, of which: | 184 | 190 | 184 | 233 | 188 | 196 | 200 | ↑ 6.6% |
| SYRIA | 110 | 110 | 100 | 154 | 118 | 118 | 115 | ↓ -2.5% |
| AUSTRALIA | 20 | 21 | 21 | 20 | 8 | 18 | 23 | ↑ 170.6% |
| CHILE | 18 | 20 | 22 | 18 | 20 | 20 | 20 | ↑ 2.5% |
| TOTAL | 3 177 | 2 561 | 3 379 | 3 305 | 3 266 | 3 138 | 3 010 | ↓ -7.8% |

Tabla I – Producción de aceite de oliva, datos provisionales.

EXPORTACIONES E IMPORTACIONES

Para ayudar a arrojar luz sobre la situación del mercado internacional, la unidad rastrea y prepara informes de las exportaciones e importaciones en los mercados representativos.

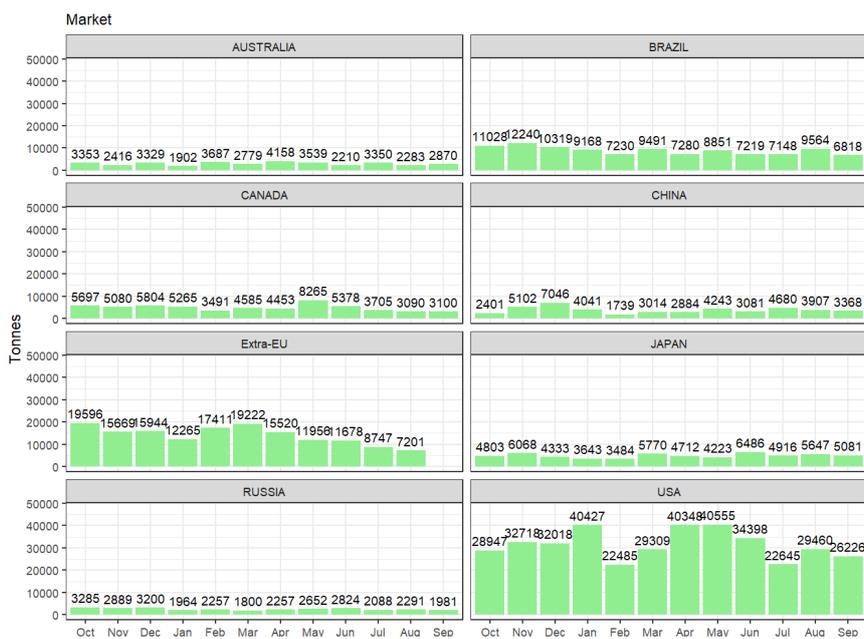
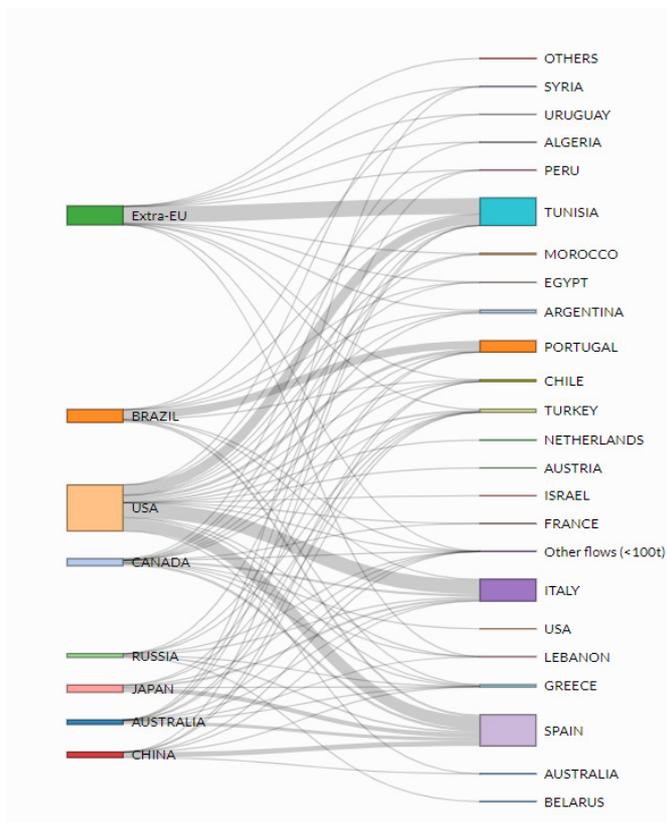


Gráfico V - Imágenes de los informes disponibles en la página web del COI sobre flujos de importación e importaciones en los principales mercados 2020/2021.



ESTUDIOS

La Unidad de Economía y Promoción supervisa las encuestas, estudios e investigaciones económicas sobre el sector del aceite de oliva que llevan a cabo las agencias de investigación y desarrollo. Por otro lado, lleva a cabo estudios de mercado y otros análisis económicos y trabajos estadísticos sobre el sector.

Como ya se ha indicado, este año se ha iniciado un estudio del comportamiento del consumidor que será clave para comprender el funcionamiento del mercado por el lado de la demanda. El aumento de la demanda mundial confirma la necesidad de alcanzar producciones más altas buscando un equilibrio para así evitar tensiones en los precios. Este equilibrio es necesario encontrarlo tanto en el corto como en el largo plazo. Los planes de expansión de los países permiten que la capacidad de producción del sector siga creciendo a pesar de la dependencia climática y de enfermedades como la *Xylella Fastidiosa*.

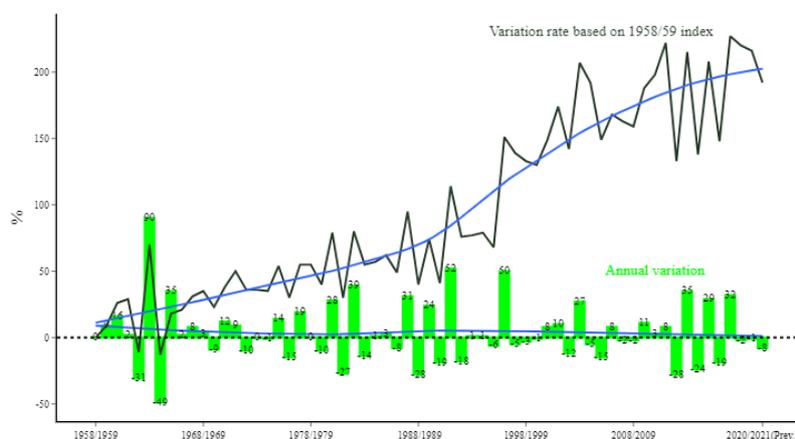


Gráfico VI - Evolución de la producción de aceite de oliva.

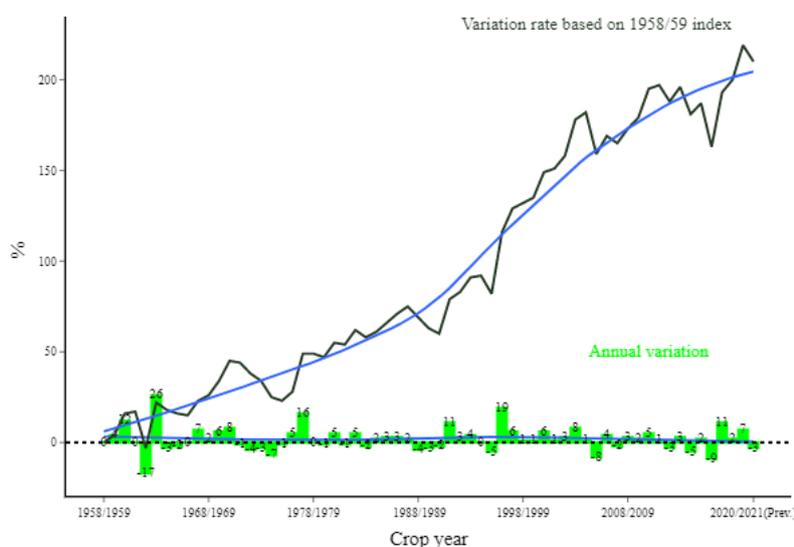


Gráfico VII – Evolución del consumo de aceite de oliva.

REUNIÓN DEL GRUPO DE TRABAJO PARA EL SEGUIMIENTO DE LAS ESTADÍSTICAS DEL COI

Una vez al año se reúne el grupo de trabajo para el seguimiento de las estadísticas del COI. Este grupo debate sobre las diferentes estadísticas que realiza el COI y, en especial, sobre los balances de aceite de oliva y de aceituna de mesa. La reunión tuvo lugar por videoconferencia el 2 de noviembre.

NUEVOS PROYECTOS PARA 2022

Se están desarrollando nuevos informes, algunos de ellos ya disponibles en la página web del COI y que vienen en la línea de proporcionar datos estadísticos pertinentes, precisos, fiables oportunos, coherentes y comparables.

Algunos de los objetivos de información que se pretenden alcanzar son:

- Monitorizar las importaciones y exportaciones de aceite de oliva en los principales mercados.
- Disponer de un sistema de precios tanto a salida de fábrica, como de consumo, y de importaciones y exportaciones.
- Obtener diferentes estimaciones tanto del lado de oferta como de la demanda en términos de valor y volumen.

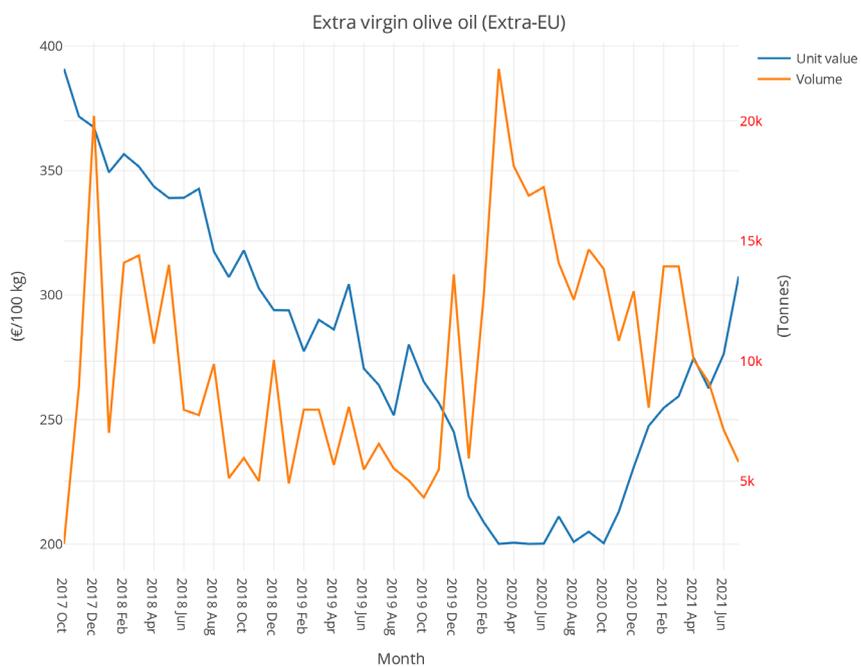


Gráfico VIII -Imágenes de informes disponibles en la web del COI sobre importaciones.



EL MUNDO DEL ACEITE DE OLIVA Y LAS ACEITUNAS DE MESA

Unidad de Economía y Promoción - Departamento de Estudios Económicos y Estadística



FOCUS: EXPORTACIONES DE ACEITUNAS DE MESA EXTRACOMUNITARIAS (EU27)

Las primeras estimaciones¹ de final de la campaña 2020/2021 apuntan a que las exportaciones extracomunitarias de aceitunas de mesa alcanzaron las 320.810 toneladas por un valor de 868 millones de euros (+ 8,6% y + 4,6%, respectivamente, en comparación con la campaña anterior). En agosto el valor unitario de las exportaciones extracomunitarias de aceitunas de mesa se situó en 266 € por 100 kg (-2,0%, en comparación con el mes anterior).

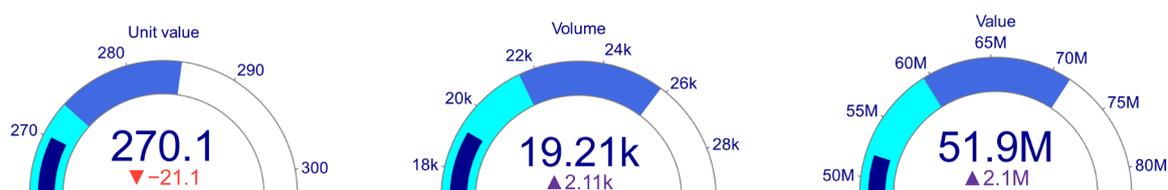


Gráfico 1 -Cifras de exportaciones de aceitunas de mesa (20057000) en agosto de la campaña 2020/2021 respecto a la campaña anterior.

¹ Por año de campaña se entenderá el período comprendido entre el 1 de septiembre del año t y el 31 de agosto del año t+1. Valor comercial en tipo FOG. Volumen de importación en toneladas, 1t = 1000kg = 1Mg. Valor en euros. El valor unitario se calcula como (valor)/cantidad. Fuentes: Elaboración propia en base a datos de la Comisión Europea; EUROSTAT; Ministerio de agricultura, pesca y alimentación de España; información recibida por países miembros. Códigos arancelarios del Sistema Armonizado: Aceitunas de mesa = 20057000 + 20019065 + 07108010 + 07112010 + 07099210. 20057000 aceitunas, preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético)(exc. congeladas).



En la campaña agrícola 2019/2020, las exportaciones extracomunitarias de aceitunas de mesa se estima que alcanzaron las 295.365 toneladas por un valor estimado de 830 millones de euros (-6,3% y -3,2%, respectivamente, en comparación con la campaña anterior).

| CAMPAÑA | 2017/2018 | | 2018/2019 | | 2019/2020 | | 2020/2021 | |
|---------------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| | VOLUMEN | VALOR | VOLUMEN | VALOR | VOLUMEN | VALOR | VOLUMEN | VALOR |
| País de exportación | | | | | | | | |
| España | 175 616 | 438.1 | 201 346 | 464.0 | 188 917 | 455.5 | 179 441 | 449.2 |
| Grecia | 91 614 | 277.0 | 74 934 | 277.8 | 68 913 | 265.2 | 99 349 | 290.8 |
| Portugal | 13 826 | 45.1 | 15 836 | 51.2 | 15 425 | 48.4 | 14 955 | 64.7 |
| Italia | 13 208 | 32.1 | 14 894 | 35.3 | 13 832 | 31.8 | 18 480 | 30.6 |
| Otros | 8 394 | 29.6 | 8 224 | 29.0 | 8 278 | 29.1 | 8 585 | 32.6 |
| Total | 302 658 | 821.9 | 315 234 | 857.3 | 295 365 | 830.0 | 320 810 | 868.0 |

Tabla 1 – Exportaciones extracomunitarias por país exportador y año de campaña. Volumen en toneladas. Valor en millones de euros.

Por otro lado, las exportaciones intracomunitarias alcanzaron las 280.108 toneladas por un valor estimado de 704,8 millones de euros (+ 1,9% y + 4,4%, respectivamente, en comparación con la campaña anterior).

| CAMPAÑA | 2017/2018 | | 2018/2019 | | 2019/2020 | | 2020/2021 | |
|---------------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| | VOLUMEN | VALOR | VOLUMEN | VALOR | VOLUMEN | VALOR | VOLUMEN | VALOR |
| País de exportación | | | | | | | | |
| España | 118 578 | 267.8 | 127 399 | 273.6 | 126 566 | 280.8 | 126 414 | 282.9 |
| Grecia | 89 182 | 226.9 | 81 063 | 235.5 | 82 093 | 253.9 | 92 603 | 260.6 |
| Portugal | 31 798 | 55.4 | 23 571 | 57.7 | 26 026 | 65.7 | 15 051 | 55.4 |
| Otros | 40 023 | 104.6 | 42 786 | 108.6 | 45 422 | 104.3 | 49 363 | 121.3 |
| Total | 279 581 | 654.8 | 274 819 | 675.4 | 280 108 | 704.8 | 283 431 | 720.2 |

Tabla 2 – Exportaciones intracomunitarias por país exportador y año de cosecha. Volumen en toneladas. Valor en millones de euros.



En agosto de la campaña 2020/2021, el valor unitario de las exportaciones extracomunitarias de aceitunas de mesa se situó en 266 € por 100 kg (-7,4% en comparación con el mismo período de la campaña anterior o -2,0% en comparación con el mes anterior) mientras que el volumen de exportación se situó en 20.655 toneladas (+ 14,9% respecto al mismo período de la campaña anterior o -32,8% respecto al mes anterior).

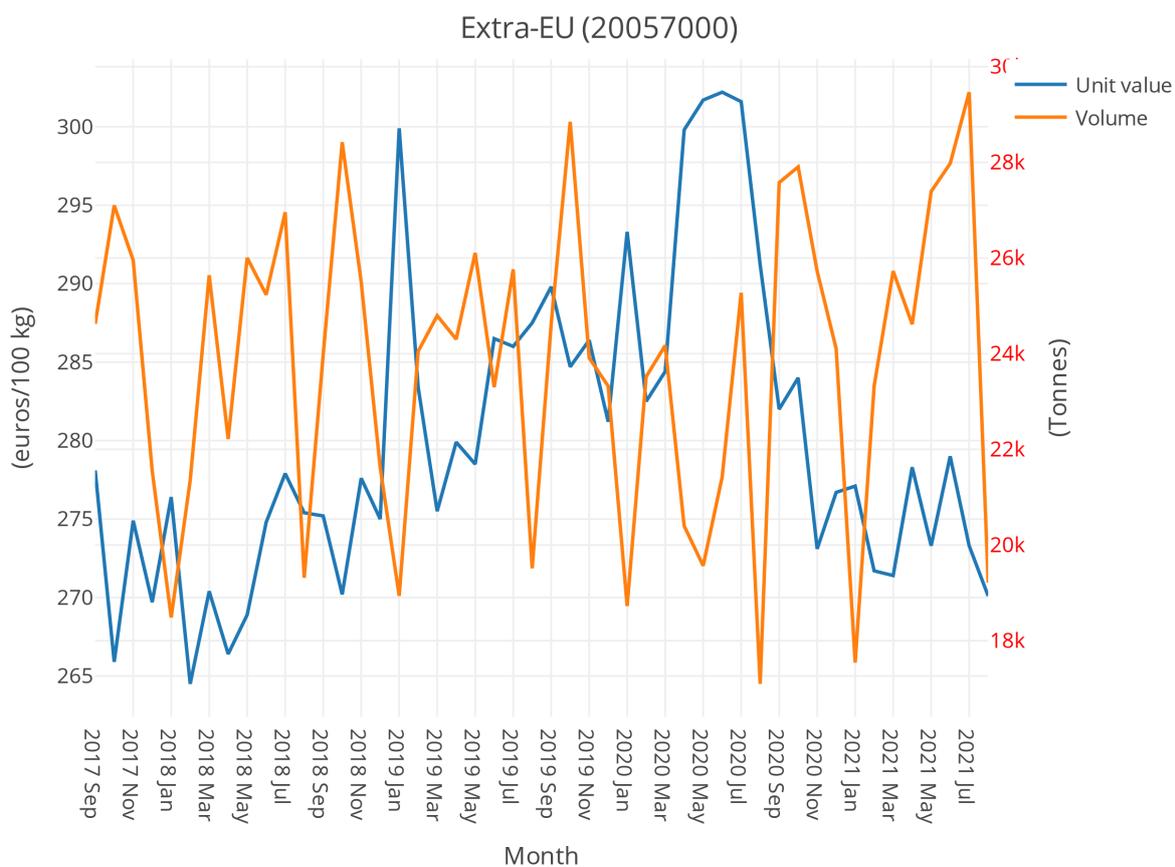


Gráfico 1-Evolución del valor unitario y del volumen de las exportaciones extracomunitarias de aceitunas de mesa (200570000).

En agosto, las exportaciones extracomunitarias se dirigieron principalmente a Australia (-21,8%), Brasil (+ 175,6%), Canadá (-20,8%), Rusia (+ 24,3%), Arabia Saudita (+ 51,9%), Reino Unido (+ 35,6%) y Estados Unidos (+ 6,1%), en comparación con el mismo período de la campaña anterior.



| CAMPAÑA | 2017/2018 | | 2018/2019 | | 2019/2020 | | 2020/2021 | |
|----------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| | VOLUMEN | VALOR | VOLUMEN | VALOR | VOLUMEN | VALOR | VOLUMEN | VALOR |
| País socio | | | | | | | | |
| Estados Unidos | 116 910 | 336.2 | 123 973 | 357.4 | 105 248 | 327.1 | 114 792 | 345.9 |
| Rusia | 24 816 | 76.3 | 26 430 | 81.4 | 27 190 | 82.4 | 27 987 | 80.1 |
| Reino Unido | 24 676 | 77.0 | 24 539 | 72.4 | 23 986 | 68.9 | 29 972 | 86.1 |
| Arabia Saudí | 19 477 | 43.8 | 20 487 | 45.2 | 21 596 | 48.8 | 18 327 | 52.5 |
| Canadá | 18 195 | 43.7 | 18 231 | 45.1 | 18 520 | 47.5 | 21 143 | 40.5 |
| Australia | 14 411 | 40.6 | 13 912 | 41.0 | 12 477 | 36.4 | 16 354 | 39.3 |
| Brasil | 5 344 | 18.5 | 9 163 | 18.9 | 7 458 | 20.8 | 6 367 | 22.3 |
| Albania | 6 971 | 15.5 | 5 864 | 17.3 | 7 046 | 18.2 | 10 962 | 16.3 |
| México | 5 606 | 14.2 | 6 335 | 14.0 | 6 159 | 17.6 | 5 484 | 19.1 |
| Ucrania | 4 901 | 8.2 | 4 699 | 10.3 | 6 058 | 12.2 | 6 473 | 17.3 |
| Suiza | 5 454 | 8.7 | 5 280 | 12.0 | 5 850 | 11.2 | 6 309 | 9.6 |
| Otros | 55 898 | 139.3 | 56 319 | 142.3 | 53 779 | 138.7 | 56 639 | 139.0 |
| Total | 302 658 | 821.9 | 315 234 | 857.3 | 295 365 | 830.0 | 320 810 | 868.0 |

Tabla 3 - Exportaciones extracomunitarias por país socio y año de cosecha. Volumen en toneladas. Valor en millones de euros.

<https://www.internationaloliveoil.org/what-we-do/economic-affairs-promotion-unit/#prices>

COMERCIO MUNDIAL DEL ACEITE DE OLIVA Y LAS ACEITUNAS DE MESA

1. ACEITE DE OLIVA – CAMPAÑA 2020/21

El comercio de aceite de oliva y de aceite de orujo de oliva en los 8 mercados que aparecen en la siguiente tabla durante la campaña 2020/21 (octubre 2020 – agosto 2021) muestran un aumento del 18% en Rusia, 1% en Canadá, y un 2% en Brasil, en comparación con el mismo periodo de la campaña anterior. Las importaciones permanecen estables en Australia. Por otro lado, las importaciones disminuyen un 2% en Estados Unidos, un 15% en Japón, y un 8% en China.

En cuanto al comercio de la UE² en los once primeros meses de la campaña 2020/21, las adquisiciones

² Los datos de la UE no estaban disponibles para el mes de septiembre 2021 en el momento de publicar esta Newsletter



Intra-UE aumentan un 1% y las importaciones Extra-UE disminúan un 28% respecto al mismo periodo de la campaña anterior.

Importaciones de aceite de oliva (incluido aceite de orujo de oliva)(t)

| IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA (INCLUIDO ACEITE DE ORUJO DE OLIVA)(T) | | | | | | | | | | | | |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Países | OCT 19 | OCT 20 | NOV 19 | NOV 20 | DIC 19 | DIC 20 | ENE 20 | RNR 21 | FEB 20 | FEB 21 | MAR 20 | MAR 21 |
| Australia | 2275.4 | 3353.3 | 2471.8 | 2563.6 | 2443.6 | 3377.3 | 3130.2 | 1942.9 | 2375.6 | 3708.4 | 2633.4 | 2840.9 |
| Brasil | 8334.3 | 11052.3 | 10999.9 | 12249.6 | 7845.2 | 10356.0 | 8938.4 | 9219.6 | 8860.8 | 7230.1 | 11911.3 | 9490.6 |
| Canadá | 4516.1 | 5755.7 | 4001.1 | 5146.6 | 4182.1 | 5900.5 | 4104.4 | 5417.4 | 3222.5 | 3541.5 | 5877.1 | 4686.8 |
| China | 3203.8 | 2588.2 | 6565.4 | 5438.5 | 6586.4 | 7785.1 | 3542.4 | 4931.3 | 3542.4 | 1974.5 | 2780.2 | 3264.2 |
| Japón | 4963.1 | 4902.6 | 5298.7 | 6160.0 | 7189.2 | 4478.2 | 4643.6 | 3690.9 | 5125.7 | 3687.6 | 6332.9 | 5915.0 |
| Rusia | 3411.8 | 4156.7 | 2628.9 | 3908.1 | 2904.4 | 3992.3 | 1593.7 | 2220.1 | 2122.7 | 2764.4 | 2935.8 | 2392.6 |
| Estados Unidos | 33224.7 | 29339.7 | 22626.7 | 33389.2 | 27204.7 | 32336.5 | 23870.3 | 41415.3 | 29002.5 | 22794.7 | 32358.3 | 29599.8 |
| Extra-EU | 13337.0 | 19817.7 | 11688.1 | 22010.5 | 17869.3 | 19222.7 | 14560.8 | 14900.6 | 21780.4 | 17754.0 | 38069.5 | 20302.2 |
| Intra-EU | 102199.1 | 98528.6 | 100322.8 | 104971.3 | 115451.0 | 119103.8 | 98686.6 | 96943.8 | 107469.2 | 119629.3 | 112017.9 | 122183.2 |
| Total | 180976.3 | 179494.7 | 169448.3 | 195837.4 | 194816.3 | 206552.4 | 166805.9 | 180682.0 | 181285.4 | 183084.4 | 211567.8 | 200675.3 |

| IMPORTACIONES DE ACEITE DE OLIVA (INCLUIDO ACEITE DE ORUJO DE OLIVA)(T) | | | | | | | | | | | | |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|----------|---------|
| Países | ABR 20 | ABR 21 | MAY 20 | MAY 21 | JUN 20 | JUN 21 | JUL 20 | JUL 21 | AGO 20 | AGO 21 | SEP 20 | SEP 21 |
| Australia | 2800.3 | 4202.0 | 4259.8 | 3614.2 | 4876.5 | 2263.7 | 4135.6 | 3358.0 | 2298.2 | 2311.0 | 2731.7 | 2901.0 |
| Brasil | 9276.8 | 7354.8 | 8037.8 | 8858.7 | 5583.8 | 7257.3 | 8861.5 | 7185.4 | 7237.1 | 9606.7 | 8292.1 | 6868.4 |
| Canadá | 5477.6 | 4620.7 | 7404.6 | 8360.7 | 4463.3 | 5482.6 | 5698.6 | 3776.5 | 338.9 | 3152.9 | 5947.6 | 3128.4 |
| China | 2549.1 | 3204.7 | 4602.8 | 4645.5 | 5729.5 | 3538.7 | 5480.4 | 5092.5 | 4631.2 | 4546.6 | 6366.3 | 3954.3 |
| Japón | 6473.0 | 4888.5 | 5507.6 | 4429.1 | 8549.2 | 6715.7 | 5844.9 | 5095.5 | 6338.3 | 5881.6 | 5771.8 | 5220.6 |
| Rusia | 3061.1 | 3117.2 | 3066.7 | 3540.5 | 2690.1 | 3693.7 | 2484.2 | 2919.3 | 2700.0 | 2793.1 | 2728.0 | 2591.1 |
| Estados Unidos | 37219.0 | 41050.3 | 39718.1 | 41981.5 | 45347.2 | 35544.0 | 35315.3 | 23537.9 | 36662.7 | 31043.2 | 34369.4 | 28501.8 |
| Extra-EU | 32500.7 | 21270.8 | 31308.2 | 15448.7 | 27564.8 | 12918.7 | 23984.3 | 8836.9 | 18294.8 | 8598.7 | 20339.2 | N.D |
| Intra-EU | 102593.2 | 95490.3 | 93260.6 | 109237.9 | 97089.9 | 93493.2 | 98297.3 | 85892.4 | 77776.0 | 65817.9 | 102246.5 | N.D |
| Total | 200772.0 | 185199.3 | 195238.0 | 200116.7 | 201232.4 | 170907.6 | 189777.5 | 145693.9 | 159413.7 | 59335.1 | 66206.8 | 53165.6 |



2. ACEITUNAS DE MESA – CAMPAÑA 2020/21

El comercio de aceitunas de mesa durante la campaña³ 2020/21 (septiembre 2020 – agosto 2021) en los mercados que aparecen en la siguiente tabla muestran un aumento del 23% en Australia, del 23% en Canadá, del 9% en Estados Unidos y del 4% en Brasil, respecto al mismo periodo de la campaña anterior.

En cuanto al comercio de la UE⁴ de aceitunas de mesa en la campaña 2020/21, las adquisiciones Intra-EU han disminuido un 4% y las importaciones Extra-EU han aumentado un 12%, respecto al mismo periodo de la campaña anterior.

Importaciones de aceitunas de mesa (t)

| IMPORTACIONES DE ACEITUNAS DE MESA (T) | | | | | | | | | | | | |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Países | SEP 19 | SEP 20 | OCT 19 | OCT 20 | NOV 19 | NOV 20 | DIC 19 | DIC 20 | ENE 20 | ENE 21 | FEB 20 | FEB 21 |
| Australia | 1177.7 | 1590.2 | 1187.7 | 1470.6 | 1606.4 | 1671.5 | 1315.2 | 2141.9 | 1488.0 | 1538.6 | 1164.9 | 2028.3 |
| Brasil | 9869.7 | 14702.7 | 12570.2 | 17012.7 | 13466.6 | 14990.8 | 11834.1 | 14363.3 | 9248.7 | 9531.1 | 9559.4 | 9704.5 |
| Canadá | 2310.2 | 4139.0 | 2934.7 | 3671.0 | 2863.4 | 4088.8 | 3192.4 | 3140.7 | 2594.0 | 3072.5 | 2050.4 | 2375.5 |
| Estados Unidos | 14579.7 | 8942.1 | 14945.7 | 11341.4 | 13593.2 | 13197.0 | 11738.4 | 11828.2 | 10062.5 | 11664.8 | 9311.0 | 8397.8 |
| Extra-EU | 6993.8 | 8372.4 | 8276.1 | 10867.0 | 9150.1 | 10492.1 | 9325.1 | 10589.1 | 9118.0 | 8569.6 | 8639.8 | 7817.1 |
| Intra-EU | 26166.8 | 29487.6 | 38698.8 | 29041.7 | 31792.5 | 29070.6 | 33542.1 | 24908.9 | 23754.8 | 20449.3 | 25640.3 | 23213.3 |
| Total | 62000.9 | 67232.9 | 80537.5 | 73404.4 | 74518.7 | 73510.8 | 66565.9 | 66972.1 | 58491.0 | 54825.9 | 55940.8 | 53536.5 |

| IMPORTACIONES DE ACEITUNAS DE MESA (T) | | | | | | | | | | | | |
|--|---------|---------|---------|---------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Países | MAR 20 | MAR 21 | ABR 20 | ABR 21 | MAY 20 | MAY 21 | JUN 20 | JUN 21 | JUL 20 | JUL 21 | AGO 20 | AGO 21 |
| Australia | 1313.1 | 1353.1 | 1189.3 | 1645.5 | 1272.0 | 1876.8 | 1448.6 | 1643.4 | 1507.1 | 1593.0 | 1484.2 | 1281.8 |
| Brasil | 9705.8 | 9113.9 | 7022.8 | 8573.7 | 8040.0 | 6504.8 | 9629.6 | 7846.4 | 10512.5 | 7208.3 | 12911.9 | 10367.9 |
| Canadá | 3172.0 | 3133.8 | 2659.9 | 2513.0 | 3267.6 | 3372.1 | 2542.3 | 3601.5 | 2511.3 | 3092.0 | 2055.7 | 3485.8 |
| Estados Unidos | 12787.5 | 12571.5 | 11315.2 | 9505.0 | 111903.6 | 14908.1 | 10680.7 | 18216.1 | 10251.1 | 18166.4 | 16017.9 | 20399.1 |
| Extra-EU | 12933.8 | 11835.2 | 11125.5 | 10805.4 | 9423.8 | 9871.0 | 9085.0 | 9871.3 | 10603.6 | 8840.7 | 8719.2 | 8325.5 |
| Intra-EU | 30347.3 | 31384.0 | 23765.1 | 27635.8 | 24680.8 | 27311.3 | 29570.0 | 28987.5 | 32804.1 | 31958.8 | 24331.5 | 26409.9 |
| Total | 71395.5 | 69391.4 | 55317.7 | 60678.4 | 57003.7 | 63844.0 | 61798.5 | 70166.1 | 67233.1 | 30059.7 | 65291.1 | 70273.0 |

<https://www.internationaloliveoil.org/what-we-do/economic-affairs-promotion-unit/#exports>

³ Según el nuevo Convenio Internacional del aceite de oliva y aceitunas de mesa 2015 que ha entrado en vigor el 1 de enero de 2017, por «campaña de aceitunas de mesa» se entiende el periodo de doce meses transcurrido desde el 1 de septiembre de un año hasta el 31 de agosto del año siguiente.

⁴ Los datos de la UE no estaban disponibles para el mes de julio 2021 en el momento de publicar esta Newsletter.



II. PRECIOS EN ORIGEN – ACEITES DE OLIVA

La evolución de precios mensuales para aceite de oliva virgen extra y refinado se muestra en los gráficos 1 y 2.

Aceite de Oliva Virgen Extra – Los precios en origen en España en la semana del 8 al 14 de noviembre 2021 se sitúan en 3,07€/kg, que supone un aumento del 32,0% respecto al mismo periodo del año anterior.

Italia – Los precios en origen italianos se sitúan en la semana del 8 al 14 de noviembre 2021 en 4,38€/kg, que supone una disminución del 7,8% respecto al mismo periodo del año anterior.

Grecia – Los precios de Grecia en la semana del 8 al 14 de noviembre 2021 se sitúan en 3,05€/kg, por lo que aumentan un 31,2% respecto al mismo periodo del año anterior.

Túnez – Los precios en Túnez permanecen estables en las últimas semanas de junio 2018, situándose en 3,43€/kg, que supone un decrecimiento del 18% respecto al mismo periodo del año anterior.

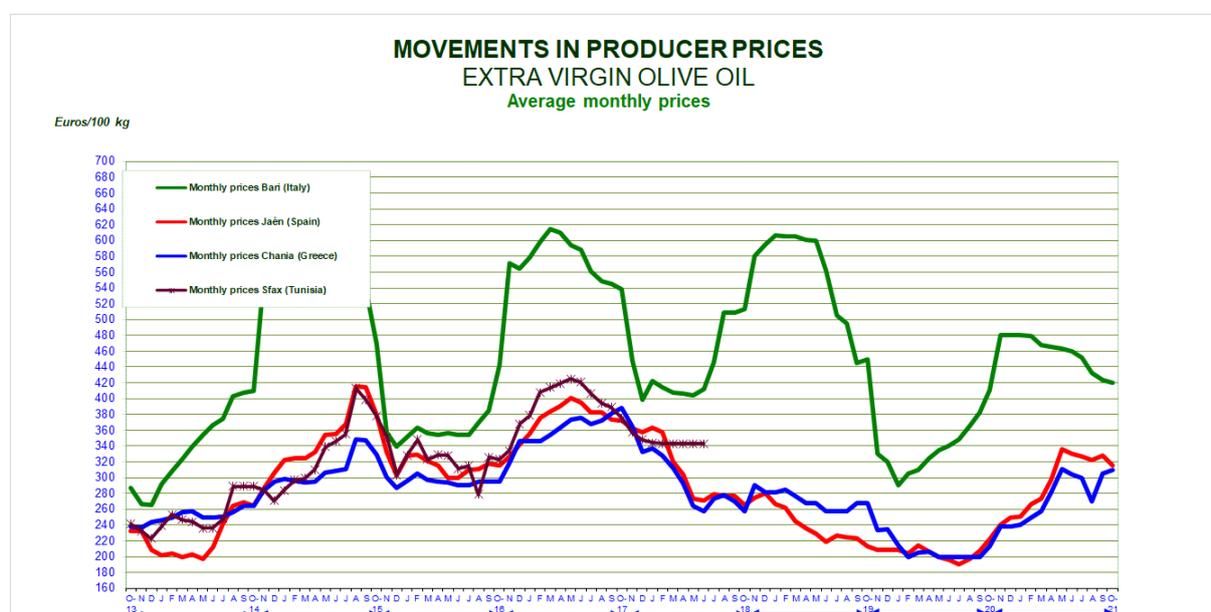


Gráfico 1

Aceite de oliva refinado : Los precios en origen en España se sitúan en 2,86€/kg en la semana del 8 al 14 de noviembre 2021 lo que supone un aumento del 44,7% comparado con el mismo periodo de la campaña



anterior. Los datos para Italia en esta categoría no se encuentran disponibles desde finales de diciembre 2017 cuando tuvieron un incremento del 4% situándose en 3,56€/kg.

La diferencia entre el aceite de oliva virgen extra (3,07€/kg) y el precio de aceite de oliva refinado (2,86€/kg) en España es de 0,2€/kg. En Italia esta diferencia en diciembre de 2017 fue de 0,3€/kg.

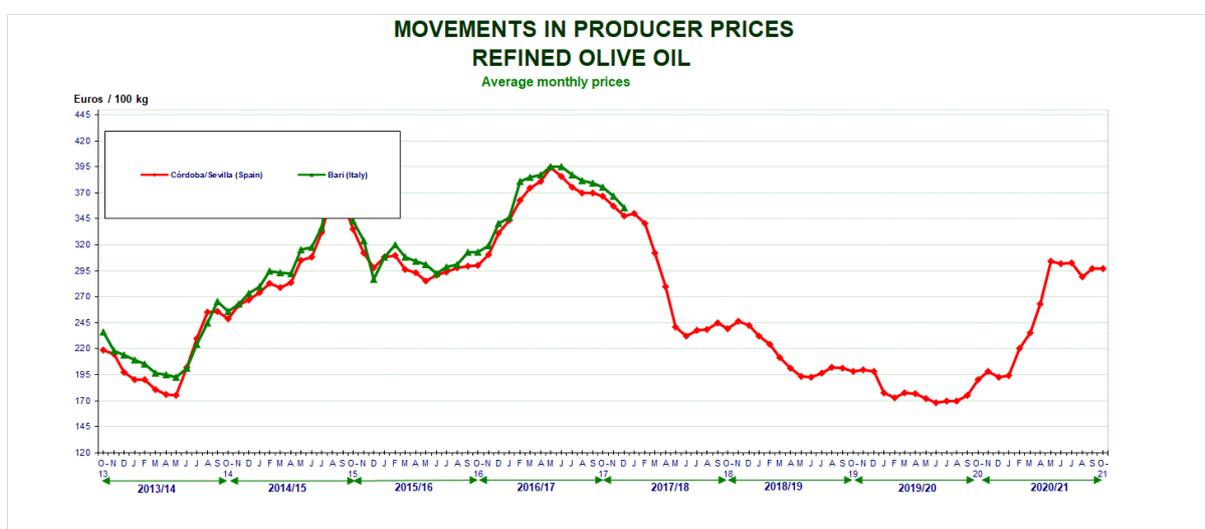


Gráfico 2

<https://www.internationaloliveoil.org/what-we-do/economic-affairs-promotion-unit/#prices>



¡MANTENTE INFORMADO!

<http://www.internationaloliveoil.org>

Siga la actualidad del sector en la revista de prensa del COI, Olive News:
<http://www.scoop.it/t/olive-news>

Siga la información del COI en:
<http://www.linkedin.com/company/international-olivecouncil>

La revista científica del COI, Olivæ, está disponible en:
<http://www.internationaloliveoil.org/store/index/48-olivae-publications>



El edificio (principal) del
Consejo Oleícola Internacional:
C/ Príncipe de Vergara 154, Madrid