



### DESTACAMOS:

Faeca reitera que se cumplen las condiciones para el almacenamiento privado y solicita su apertura inmediata  
*Pág.16*

#### ●● Aceituna de Mesa ●●

Asemesa asegura que España mantiene su liderazgo en producción y comercialización de aceituna de mesa  
*Pág.5*

SOS vende por 91 millones de euros el Proyecto Tierra al grupo Elaia, una filial de Sovena  
*Pág.16*

El aceite de oliva español se hace más internacional en Olivaria  
*Pág.20*

## Editorial

### ¿Cuál es el aceite preferido de nuestros hijos?



Nada más y nada menos que el 71,6% de los padres no tiene ni idea de qué tipo de aceites consumen sus hijos en el colegio. Eso sí, el 25,9% da por hecho que es un aceite de oliva y un 66,4% considera que es muy importante la utilización de esta grasa en los menús de sus retoños. Si ustedes se han dado cuenta ya de que estas cifras no coinciden, no pasa nada, menos aún entendemos nosotros a estos padres despreocupados. Es más, puede que ahí se encuentre el problema de fondo. Si unos padres no son capaces de enseñar a un niño a disfrutar del aceite de oliva, no pretendamos que cuando sea mayor vaya a conocerlo y a apreciarlo. Con ésta y otras reflexiones culminó la presentación del *Estudio sobre Usos y Consumo de Aceites de Oliva en el Canal Horeca en España*, por parte de Teresa Pérez Millán, gerente de la Interprofesional -promotora del estudio- e Isabel Bombal. Pero de él, se extrajeron muchos más datos. Por ejemplo, que la mayoría de los ciudadanos prefiere que le ofrezcan el aceite de oliva en el canal Horeca en mono-dosis, y además, de cristal. Ese 40,5% que prefiere la mono-dosis asegura que su presencia en la mesa de un establecimiento "es acogedor y da sensación de bienvenida". Aunque esta afirmación se contradice cuando admiten, por otro lado, que pedirlo da

más sensación de seguridad e higiene. Por otra parte, ¿han oído hablar alguna vez sobre las DOPs? ¿Sí? Pues el 52,6% de la población no conoce ninguna. Eso explicaría porqué el 49,2% de los ciudadanos no compran virgen extra con DOP, y del 50,8% restante que sí lo hace, solamente un 17,2%, recuerda el nombre. No será por falta de actividades de promoción y divulgación. Pero volviendo al etiquetado... el 74,6% de los consumidores asegura que nunca les han ofrecido en ningún restaurante un aceite de oliva virgen extra con DOP, aunque lo ven como un elemento importante debido al efecto que ello tendría en la percepción de calidad. A pesar de ello, solo el 28,3% sabría diferenciar un aceite de oliva de un virgen, pues el resto se considera capaz, pero no seguro. Para terminar de diseccionar al consumidor cabe destacar que el sabor es lo más importante a la hora de elegir un aceite, y que el envase preferido es el vidrio, pues sólo un 0,2% elige la lata. Por cierto, ¿han visto el anuncio ese de la margarina que ayuda a prevenir el colesterol? Pues los encuestados se lo han creído tanto que solamente el 4,7% asocia "también" el aceite de oliva como beneficioso para este problema de salud. Definitivamente Barrio Sésamo tendría que haber dedicado algún episodio a nuestro zumo de aceitunas...



EL EQUIPO TACSA LES PRESENTA LA NOTICIA DE LA SEMANA

**TACSA**<sup>®</sup>  
TÉCNICAS ANDALUZAS DE CENTRIFUGACIÓN S.A.L.

"El estudio Usos y Consumo de los Aceites de Oliva en el canal Horeca califica el aceite español como "único" e "insustituible"  
(Más información en pág. 13)

## BREVES

### + Rincón de la Subbética, Mención de Honor en los premios Olio Capitale

El aceite *Rincón de la Subbética*, amparado por la Denominación de Origen Protegida Priego de Córdoba, ha sido distinguido en la IV Edición del Concurso Olio Capitale 2010, celebrado en Trieste (Italia), con la Mención de Honor del Jurado de Consumidores y el Jurado de Restaurantes, un premio de gran repercusión. Asimismo, ha habido dos finalistas españoles en el prestigioso concurso. Por un lado, en la categoría Frutado Medio, la empresa Masia El Altet S.L.; por otro, en la categoría Frutado Intenso, estuvo Aroden S.A.T. El concurso se enmarca dentro de la Feria Olio Capitale 2010, que se ha celebrado en el país transalpino, donde ha contado con la participación de más de 250 expositores de aceites de oliva virgen extra, procedentes en su gran mayoría de la zona mediterránea, y de países productores como Italia, Croacia, Eslovenia o la propia España, entre otros.

### + 21 participantes italianos en la primera semifinal del Concurso Oleocata cuya última etapa será en Jaén

El pasado 7 de marzo se celebró la primera semifinal del Concurso Oleocata; el evento tuvo lugar durante la Feria Olio Capitale en Trieste (Italia). Se presentaron 21 participantes procedentes de diferentes regiones de Italia y el ganador de esta semifinal fue Enrico Valli, que viajará a Jaén para la final. En concreto, tanto el ganador como los nueve siguientes participantes con la mejor puntuación están ya clasificados para competir en la final del concurso Oleocata, que tendrá lugar el próximo 26 de junio en la provincia andaluza de Jaén. Los organizadores del evento fueron la feria Olio Capitale, la revista *Teatro Naturale*, Oleocata Xuaen y la Diputación de Jaén.

### + La empresa italiana Viola Foligno gana el primer galardón de los Premios Ercole Olivario

La empresa Viola Foligno recibió la pasada semana el primer galardón al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra con DOP Umbría en los Premios Ercole Olivario. La ceremonia de entrega tuvo lugar en la histórica Catedral de San Pietro en Valle Ferentillo, en la provincia italiana de Terni, en el marco del "XI Concurso Regional para el Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra con DOP Umbría", organizado por la Unión de Cámaras de Comercio de Perugia y Terni, con el patrocinio de la Región de Umbría y de las provincias de Perugia y Terni. Para evaluar las propiedades organolépticas de las 29 empresas participantes en el concurso de los aceites de Umbría fueron divididos en cinco subcategorías ("Colli del Trasimeno", "Colli Amerini", "Colli Orvietani", "Colli Martani" e "Colli Assisi - Spoleto") por los 16 expertos catadores.

## Bancaja premia la investigación de Vega Carabaña en el sector del aceite

La constante investigación e innovación que realiza la empresa Vega Carabaña en el sector del aceite de oliva ha sido premiada por Bancaja. Esta compañía productora de aceite de oliva virgen extra ha recibido el premio Bancaja Jóvenes Emprendedores 2009 dentro de la categoría de empresas tradicionales y/o sociales. Esta condecoración supone un reconocimiento a la integración entre las prácticas de agricultura tradicional y las más modernas técnicas de extracción y conservación de aceite de oliva virgen extra.

Entre los productos más innovadores de Vega Carabaña destaca *PequeOliva*, un aceite de oliva virgen extra especialmente elaborado para niños y bebés, y que es el fruto de una larga labor de investigación desarrollada en colaboración con pediatras, nutricionistas y expertos en agronomía para la elaboración de este zumo, manteniendo todos los elementos positivos del aceite de oliva virgen extra especialmente beneficiosos para el crecimiento de los niños.



En la clausura del acto de entrega de los premios, el presidente de Bancaja, José Luis Olivas, subrayó el "apoyo constante" de la entidad a la innovación y al emprendimiento en búsqueda de la excelencia.

Este premio se suma a otro concedido recientemente a Vega Carabaña por la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid. Ambos galardones avalan la originalidad y la excelencia investigadora de Vega Carabaña y que, sin duda, son un empujón de ánimo para seguir con dicha labor. Al respecto, Vega Carabaña afirmó que "conservar el medio agrario, recuperando técnicas de cultivo tradicional incorporando las más modernas técnicas de elaboración son los mejores principios para la consecución de la calidad en la alimentación".

## SOS vende por 91 millones de euros el Proyecto Tierra al grupo Elaia, una filial de Sovena

SOS Corporación Alimentaria comunicó el pasado 12 de marzo a la CNMV la venta del Proyecto Tierra, en Portugal, por 91 millones de euros, al grupo Elaia, según recoge el medio *CincoDías*, mientras la compañía no quiso hacer declaraciones al respecto. El activo está compuesto por 5.433 hectáreas de olivar intensivo.

Sovena, propietario al 50% de Elaia -el otro 50% lo posee la sociedad de capital riesgo Atitlán-, es el segundo grupo del sector oleícola del mundo, con una plantilla de 1.138 personas y una facturación en el ejercicio pasado de 800 millones de euros.

"La operación de venta está prevista para su firma en el día de hoy (referido al día 12) de cumplirse determinados aspectos aún no cerrados", informó el grupo alimentario en una comunicación a la CNMV. En la misma nota, la compañía informaba de que el acuerdo estaba a punto de firmarse por el precio indicado de 91 millones de euros, que incluye el importe de 68 millones de deuda.

Horas más tarde, el grupo español de alimentación comunicó al organismo regulador del mercado que se había llevado a cabo la transacción y que el contrato firmado "prevé el cumplimiento de ciertas condiciones precedentes, entre otras las autorizaciones administrativas pertinentes" y que la compraventa estaría completada en un plazo de dos o tres meses.

La operación se encuadra en el plan de desinversiones de la multinacional alimentaria para reducir a la mitad su deuda, que actualmente se sitúa en unos 1.300 millones de euros y cuya reestructuración negocia con sus bancos acreedores.

Tras la operación, el grupo Elaia contará con 9.700 hectáreas de olivares en Portugal, 900 en Extremadura y 1.300 en Marruecos. Según recoge *CincoDías*, las producciones futuras de los olivares portugueses se destinarán al mercado luso; las de Marruecos se exportarán a los clientes que la compañía Sovena tiene en EEUU; y las de los olivares españoles se destinarán tanto a la comercialización en el mercado doméstico como a la exportación.

En España, Sovena alcanzó en 2009 una facturación aproximada de 400 millones de euros. Cuenta con una fábrica ubicada en Brenes (Sevilla) en la que trabajan más de 170 personas.