

The background of the entire page is a dense, stylized pattern of olive tree branches, leaves, and olives. The colors are various shades of green, from light lime to dark forest green. The pattern is layered, with some elements appearing more prominent than others, creating a sense of depth and texture. The overall aesthetic is clean and modern, with a focus on natural elements.

Informe

de  leo

The logo for 'de oleo' features a stylized olive fruit. The olive is depicted as a dark purple or black oval shape with a small stem at the top. This central element is surrounded by a thick, bright yellow-green ring, which is itself set against a white background. The overall design is simple and iconic, representing the olive oil industry.

2015-2016

Informe
deoleo
2015-2016

Madrid, junio de 2016

www.deoleo.com



Edita: Deoleo, S.A.

www.deoleo.com

Diseño: Report Comunicación, S.L.

Edición: junio de 2016.

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de la portada y la contraportada, puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna por ningún medio, ya sea electrónico, químico, óptico, de grabación o de fotocopia, sin permiso previo del editor.

Todos los derechos reservados.

Índice

1. Introducción	6
2. Tema de actualidad. El olivar ya no es solo mediterráneo	10
3. Producción y consumos mundiales	16
3.1 Visión general	17
3.2 España	20
3.2.1 Datos históricos de la campaña 2014/15	20
3.2.1.1 Producción	20
3.2.1.2 Salidas (Exportaciones y Consumos)	21
3.2.1.3 Importaciones	23
3.2.1.4 Existencias finales	24
3.2.1.5 Precios	25
3.2.1.6 Comentario general	28
3.2.2 Estimaciones de producción de la campaña 2015/16	28
3.2.3 Conclusiones sobre la campaña 2015/16	32
3.3 Italia	33
3.3.1 Datos históricos de la campaña 2014/15	33
3.3.1.1 Producción	33
3.3.1.2 Consumo	33
3.3.1.3 Importaciones	34
3.3.1.4 Exportaciones	34
3.3.1.5 Precios	34
3.3.1.6 Comentario general	36
3.3.2 Estimaciones de producción de la campaña 2015/16	36
3.3.3 Conclusiones sobre la campaña 2015/16	36
3.4 Grecia	37
3.4.1 Datos históricos de la campaña 2014/15	37
3.4.1.1 Producción	37
3.4.1.2 Consumo	37
3.4.1.3 Importaciones	37
3.4.1.4 Exportaciones	38
3.4.1.5 Precios	38
3.4.1.6 Comentario general	39
3.4.2. Estimaciones de producción de la campaña 2015/16	40
3.4.3. Conclusiones sobre la campaña 2015/16	40
3.5 Túnez	41
3.5.1 Datos históricos de la campaña 2014/15	41
3.5.1.1 Producción	41
3.5.1.2 Consumo	41
3.5.1.3 Importaciones	41
3.5.1.4 Exportaciones	42
3.5.1.5 Precios	42
3.5.1.6 Comentario general	43
3.5.2 Estimaciones de producción de la campaña 2015/16	43
3.5.3 Conclusiones sobre la campaña 2015/16	43
3.6 Cuenca mediterránea	44
3.6.1 Datos históricos de la campaña 2014/15	44
3.6.1.1 Producción	44
3.6.1.2. Exportaciones	44
3.6.2 Estimaciones de producción de la campaña 2015/16	45
3.7 Resto del mundo: hemisferio sur	46
3.7.1 Datos históricos de la campaña 2014/15	46
3.7.1.1 Producción	46
3.7.1.2 Exportaciones	46
3.7.2 Estimaciones de producción de la campaña 2015/16	47
3.8 Otros países de consumo relevante	48
3.8.1 Datos históricos de la campaña 2014/15	48
3.8.2 Estimaciones de la campaña 2015/16	49
4. Resumen	50



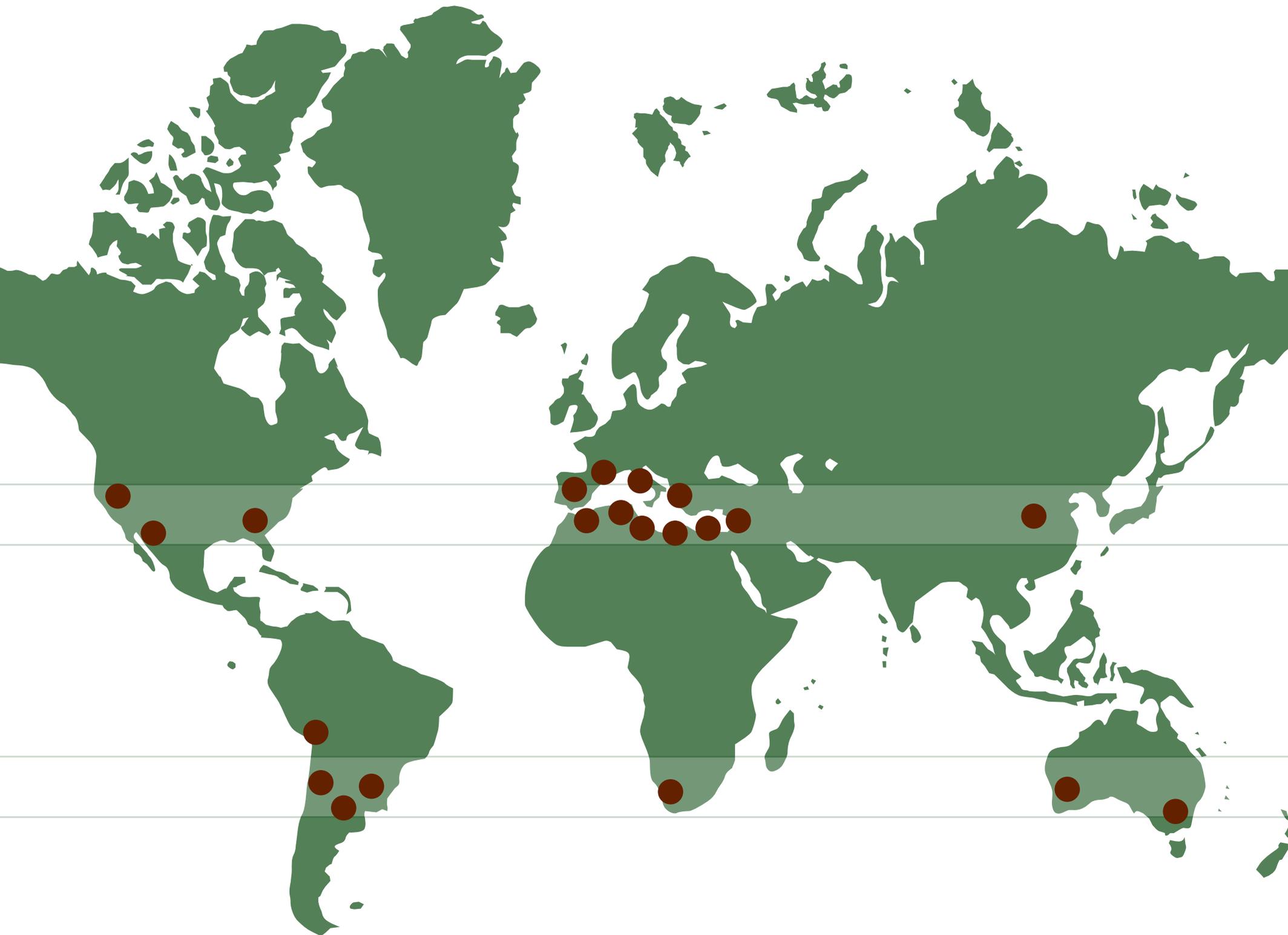
1. Introducción

Siguiendo la tradición, y por duodécimo año consecutivo, Deoleo publica su *XII Informe Deoleo*, cumpliendo de esta manera con el compromiso de difundir anualmente un análisis sobre la campaña anterior, en este caso la 2014/15, y las estimaciones de la compañía sobre la campaña en curso, 2015/16. Con todo ello, al igual que en ediciones anteriores, se pretende valorar, ayudar a entender y proporcionar parte de las cifras que incidirán en el desarrollo de la industria del aceite de oliva tanto en los principales países productores de la cuenca mediterránea como en el resto de países productores o consumidores en el mundo.

Al igual que en los últimos años, hemos incluido un tema de actualidad de interés para el sector. En esta ocasión analizamos los retos de la deslocalización de la producción fuera de la cuenca mediterránea y la tendencia de algunos de esos nuevos países productores a implantar estándares de calidad propios, al margen de los del COI, en un afán proteccionista que podría perjudicar las exportaciones europeas.

En cuanto a los datos cuantitativos, la producción en la campaña 2014/15, objeto de análisis en este documento, estuvo en torno a 0,84 millones de toneladas (-53%); y en la campaña actual, aun siendo más favorable, se situará alrededor de 1,4 millones de toneladas.





2. Tema de actualidad. El olivar ya no es solo mediterráneo



Análisis de los retos ante el aumento de la producción mundial y las medidas proteccionistas de los nuevos países productores

Aunque la mitología griega atribuye a la diosa Atenea la plantación del primer olivo en la Antigua Grecia, no se puede precisar con exactitud en qué zona geográfica surgió este cultivo. Los estudiosos de la historia del olivar coinciden, sin embargo, en que el olivo está en el origen de las culturas fenicia, asiria, judía, egipcia y griega, y que logró su mayor expansión por la zona mediterránea con el avance del Imperio Romano.

Enraizado en el mediterráneo durante muchos siglos, la posterior expansión de los imperios europeos al Nuevo Mundo impulsó su desarrollo en otros continentes. En el Archivo de Indias de Sevilla hay documentos que atestiguan que, desde 1520, los barcos españoles con rumbo a las Indias debían transportar plántulas de olivo. Posteriormente, en torno a 1700, los padres franciscanos, liderados por Fray Junípero Serra, se establecieron en California y fundaron la misión de San Diego de Alcalá, donde empezaron a plantar los primeros olivos de Norteamérica. En Australia, hay constancia de plantaciones de olivo de la variedad Kalamata desde principios del siglo XX, con toda probabilidad llevados por emigrantes griegos a la zona de Sidney y Queensland.

La historia nos demuestra, por tanto, que el cultivo del olivar en países como Estados Unidos o Australia no es del todo nuevo, y nos ayuda a entender mejor la situación actual del olivar y del mercado del aceite de oliva.

La planta del olivo encuentra sus condiciones adecuadas para crecer entre las latitudes 30° a 45° del hemisferio norte y 30° a 40° del hemisferio sur. El olivo exige un clima seco en verano, con precipitaciones en primavera y otoño y una humedad relativa baja, entre otros factores. Estas condiciones se dan en no pocos países situados en las franjas comprendidas entre las latitudes antes mencionadas y confirman que, si el Mediterráneo fue el origen del olivo, no es ya su patria exclusiva.

En estas circunstancias España se mantiene como primera potencia mundial en producción de aceite de oliva y de aceituna de mesa, ya que cuenta con la mayor superficie de olivar del mundo. En 2013, esta superficie ascendía a 2.584.067 hectáreas, de las que 76.947 hectáreas eran de aceituna de mesa y 72.260 hectáreas eran olivares de doble aptitud (mesa y almazara). El 60% de los olivos españoles se encuentran en la zona de Andalucía.

A España le siguen en el ranking de principales productores, con gran diferencia en cuanto a hectáreas y volumen de producción, Italia, Grecia y Túnez, es decir, países de la cuenca mediterránea. Otros países productores de esta área son Portugal, Chipre, Eslovenia, Líbano, Siria o Turquía. En total, el 98% de los 1.000 millones de olivos que existen en la actualidad en todo el mundo, repartidos en 10 millones de hectáreas, se cultivan en el mediterráneo.



Estos mismos países, con España a la cabeza, son los principales exportadores de aceite de oliva. El incremento del consumo mundial de este producto, un 65% desde la campaña 91/92, y la tendencia a introducir este alimento en países hasta hace poco con escasa o nula tradición en aceite de oliva, como Estados Unidos, Brasil, China o Japón, ha disparado la demanda. Así, de forma paralela al consumo, también ha crecido la producción, no solo en los países tradicionalmente productores, los de la cuenca mediterránea, abastecedores principales de esos nuevos mercados de consumo, sino también, y de forma muy significativa, en esos nuevos países.

En los últimos 20 años la producción mundial de aceite de oliva ha subido casi un 50% (2.206.000 toneladas en la campaña 1990/91 y 3.252.000 en 2013/14). Este incremento se ha debido fundamentalmente a dos factores: por un lado, el aumento de la producción en terceros países y, por otro, la modernización y mecanización del olivar, que permite mayores rendimientos. Ambos factores van ligados, ya que son precisamente los nuevos países productores aquellos que más están implantando cultivos de olivar intensivo y superintensivo, frente a los productores tradicionales, donde aún predomina el cultivo de olivar tradicional, aunque España y Portugal han empezado a invertir en proyectos de olivar intensivo.

Los olivares tradicionales, tanto mecanizados como no mecanizados, generan costes de producción muy superiores. Si tenemos en cuenta que más del 75% de la superficie de olivar cultivada en España es tradicional, nos encontramos ante una clara desventaja con respecto a quienes están apostando fundamentalmente por los cultivos intensivos y superintensivos.

Ante esta situación surge inevitablemente la pregunta: ¿cómo puede afectar al sector español de aceite de oliva el hecho de que los países tradicionalmente importadores no solo incrementen su producción, sino también su capacidad productora con plantaciones más eficientes en rendimiento y costes?

Habrà quien responda que estos países se encuentran aún a años luz de España o de otros países mediterráneos en cuanto a volumen de producción. En efecto, es así, pero la evolución es ascendente, como demuestran los datos:

- Estados Unidos, segundo importador mundial por detrás de Italia, importa el 99% del aceite que consume. A partir de 1999 comenzó a apostar de forma más determinante por la producción al implantar el olivar intensivo, con variedades españolas y griegas fundamentalmente, en detrimento de las italianas. Entre 2005 y 2009 se han plantado 7.500 hectáreas nuevas en la zona de California, principalmente.
- Argentina contaba en 1990 con 29.500 hectáreas de cultivo de oliva y en 1999 ideó un proyecto para llegar progresivamente hasta las 70.000. En Uruguay la expansión del olivar se dio entre los años 40 y 60. Hacia 2004 se reactivó la producción con más de 10.000 nuevas hectáreas plantadas. En este país se encuentra la finca olivarera más grande del mundo, con 17.000 hectáreas.

- En el otro extremo del mundo, en Australia, hay actualmente 10 millones de olivos en unas 30.000 hectáreas. Y, por último, no podemos dejar de mencionar a China, de más reciente incorporación tanto al consumo como a la producción de aceite de oliva pero con extraordinario potencial. Las primeras plantaciones en China se remontan a los años 60. Hacia 1979 se establecieron algunos cultivos en la comarca de Wudu, pero fueron arrasados por el frío. En los últimos años, la adopción de patrones alimenticios occidentales y la irrupción del aceite de oliva en la cocina han ido en aumento, así como las importaciones de este producto. A la vista del potencial del aceite de oliva, China ha decidido lanzarse a la producción y ya hay en proyecto una plantación de 59 millones de olivos en el valle del río Bailong que igualará la superficie olivarera de Jaén, provincia española que por sí sola aporta el 20% de la producción mundial.

A la vista del incremento progresivo de la producción mundial de aceite de oliva, sobre todo en los países hasta ahora principalmente importadores, los países productores tradicionales podrían ver peligrar su hegemonía. Pero lo cierto es que, si repasamos las cifras de producción y consumo mundial de los últimos años, parece lógico que, ante la expansión del consumo de aceite de oliva se amplíe la globalización de la producción. A priori no es, por tanto, preocupante que, ante una mayor demanda, haya una mayor oferta; responde a la lógica del mercado.

Ahora bien, los riesgos, para España fundamentalmente como primer país productor y exportador, vienen por otro lado, ante la deriva proteccionista que están tomando algunos de esos nuevos países productores, Australia y Estados Unidos, principalmente, y el posible contagio en otros países de reciente incorporación a la producción. ¿Qué sucedería si los principales países que son ahora destino de nuestras importaciones, los mismos que tienen un gran potencial de crecimiento del consumo y en los que el sector del aceite de oliva español ha puesto sus objetivos de futuro, no solo aumentan su capacidad productiva sino que imponen medidas proteccionistas para defender su aceite y frenar las importaciones?

La realidad es que ya está sucediendo.

Medidas proteccionistas en nuevos países productores

En el año 2010 el Olive Center de la Universidad de California, promovido por una serie de productores locales, publicó un informe en el que afirmaba que el 69% de los aceites de oliva importados en Estados Unidos no cumplían con los estándares internacionales de calidad. Esta conclusión se desprendía de distintos análisis sensoriales realizados a varias muestras de marcas italianas, fundamentalmente, en contraposición a dos marcas californianas cuyos resultados sí fueron satisfactorios.

Este informe desató una auténtica campaña mediática que cuestionaba la calidad de los aceites de oliva importados. Ante los argumentos de las marcas implicadas en el estudio y las dudas sobre la fiabilidad de los análisis



sensoriales efectuados, el Olive Center publicó un nuevo estudio un año más tarde, en 2011, esta vez centrado en los análisis físico-químicos, que concluyó que todas las marcas estaban dentro de la norma. Así las cosas, los productores locales reorientaron su estrategia y empezaron a dar más peso a los resultados de cata a la hora de valorar los aceites.

Al mismo tiempo, ese mismo año, Australia se desmarcaba con la aprobación de una normativa propia, independiente de la del COI, promovida por la ONG Standards Australia. Como resultado, el nuevo estándar australiano diferencia entre distintos grados de aceite si se trata de fresco o refinado aunque mantiene el límite de acidez para el AOVE en 0,8° al igual que el COI, y establece nuevas exigencias para el etiquetado, entre otras cosas. Sin embargo, relaja otros parámetros que no garantizarían que el aceite no fuese adulterado. El COI valoró en su día esta normativa como meras “barreras al comercio internacional de aceite de oliva”.

Australia abrió la caja de Pandora y, tres años después, California siguió sus pasos. La situación en Estados Unidos merece un análisis más detallado, ya que es uno de los mercados clave para el aceite de oliva español.

Desde la publicación del informe de la Universidad de California sobre el aceite de oliva importado, aquellos operadores con intereses contrarios a los del aceite extranjero empezaron una auténtica cruzada para sembrar dudas y confusión en la mente de los consumidores estadounidenses. Los ataques provenían de los medios, de las asociaciones de consumidores, de abogados, legisladores, bloggers y lobistas. California Olive Ranch, el principal productor norteamericano, responsable del 65% de la producción en EEUU, impulsó la creación en 2014 del Olive Oil Commission for California (O OCC), un equivalente al COI de ámbito local. Este organismo aprobó ese mismo año una normativa de calidad propia que establecía estándares químicos más restrictivos que los del COI.

Así, por ejemplo, el nivel máximo de acidez aceptada se situaba en 0,5, frente al 0,8 del COI; el índice de peróxidos admitidos bajaba del 20 al 15 y en la absorción de ultravioletas (K232) se permitía un máximo de 2,40, frente al 2,50 del COI.

Adicionalmente el estándar californiano añadía dos exámenes hasta ahora nunca usados en otros estándares internacionales, PPP y DAGs, dos parámetros que cambian con el tiempo y que no pueden ser interpretados en función del valor que dan en un determinado momento. Aun así, los límites establecidos para estos dos test son más fáciles de cumplir que los que se exigían a los aceites europeos examinados en el informe del Olive Center de 2010.

Al mismo tiempo el estándar implantado por la O OCC dejaba fuera de control otros parámetros responsables de identificar la autenticidad del aceite de oliva virgen extra, como los niveles de ácidos oleicos, linoleicos o palmíticos, lo que haría más fácil su adulteración. Todo ello demuestra que la razón para crear esta normativa propia radica más bien en frenar las importaciones que en garantizar la calidad y la seguridad alimentaria.

Por lo tanto, lo que aparentemente se presenta como una exigencia en busca de la calidad es en la mayor parte de los casos un control arbitrario y poco realista, que no tiene en cuenta la naturaleza del aceite de oliva virgen extra, que es un producto vivo que cambia con el tiempo. Como muestra, unos test aleatorios realizados por la North American Olive Oil Association (NAOOA) a varias botellas de AOVE californiano concluyeron que el 67% no cumplía con los nuevos estándares de calidad implantados por la O OCC.

A pesar de que la experiencia va demostrando lo ineficaz de estos estándares propios aprobados en Australia y Estados Unidos, se observa el riesgo de que cale en otros nuevos productores con potencial para las exportaciones españolas y europeas, lo que podría generar graves desequilibrios en el comercio internacional de aceite de oliva. De hecho, Estados Unidos, Australia y Nueva Zelanda planean constituir una asociación de productores del Nuevo Mundo, The World Olive Oil Trade Group.

Ante esta situación la NAOOA ha elaborado una serie de propuestas para minimizar el impacto de estas medidas proteccionistas. Se trata fundamentalmente de mejorar la calidad mediante métodos y estándares basados en criterios científicos, aumentar la transparencia de la industria y generar confianza en la distribución, los medios de comunicación y los consumidores. Al mismo tiempo la NAOOA trabaja, con buen criterio, para intentar atraer a Estados Unidos al COI.

Deoleo está totalmente alineado con los objetivos de la NAOOA; de ahí que el refuerzo de la calidad sea el eje vertebrador de nuestra estrategia de futuro. Al mismo tiempo, como compañía líder mundial en comercialización de aceite de oliva envasado, consideramos que solo una normativa internacional única y común en el marco de un organismo supranacional como el COI puede garantizar la calidad y la seguridad en el aceite de oliva. Una diversidad de normas de ámbito local, diferentes en sus respectivos mercados, solo generaría confusión, frenaría las exportaciones y daría lugar a desequilibrios que, en última instancia, perjudicarían al consumidor.

El Comité Oleícola Internacional (COI) es una institución reconocida y auspiciada por Naciones Unidas desde 1959, en el que se integran los principales países productores y exportadores de aceite de oliva y en cuyo seno se analiza, debate e investiga todo aquello que tiene que ver con la promoción del consumo y la comercialización del aceite de oliva como producto alimenticio con unos beneficios probados para la salud. Es, por tanto, el actor más adecuado y legitimado para marcar las pautas en el mercado del aceite de oliva.

No se trata de excluir, ni de parapetarse tras unas normas inamovibles, sino de integrar y de construir juntos, viejos y nuevos países productores, unas guías comunes para la expansión del aceite de oliva con las máximas garantías de calidad y autenticidad.

3. Producción y consumo mundial



3.1. Visión general

El Consejo Oleícola Internacional (COI) en su 103ª Asamblea celebrada en noviembre de 2015 aportó unos datos provisionales correspondientes a la campaña 2014/15 que reflejan una producción global de 2.444.000 toneladas, que, con un descenso del 24,8% respecto a la campaña anterior, supone la segunda peor campaña a nivel agregado desde la campaña 1999/00, solamente superada de manera negativa por la campaña 2012/13, cuya producción en España no superó las 620.000 toneladas. Igualmente el consumo mundial disminuyó un 7,1% y no logró superar la cifra de 3.000.000 de toneladas que, a excepción de la campaña 2012/13, venía alcanzando desde la campaña 2010/11.

El principal motivo de esta drástica caída en la producción mundial fue la pobre cosecha española, que se situó en 841.200 toneladas, frente a la cosecha récord de 1.781.500 toneladas de la campaña anterior.

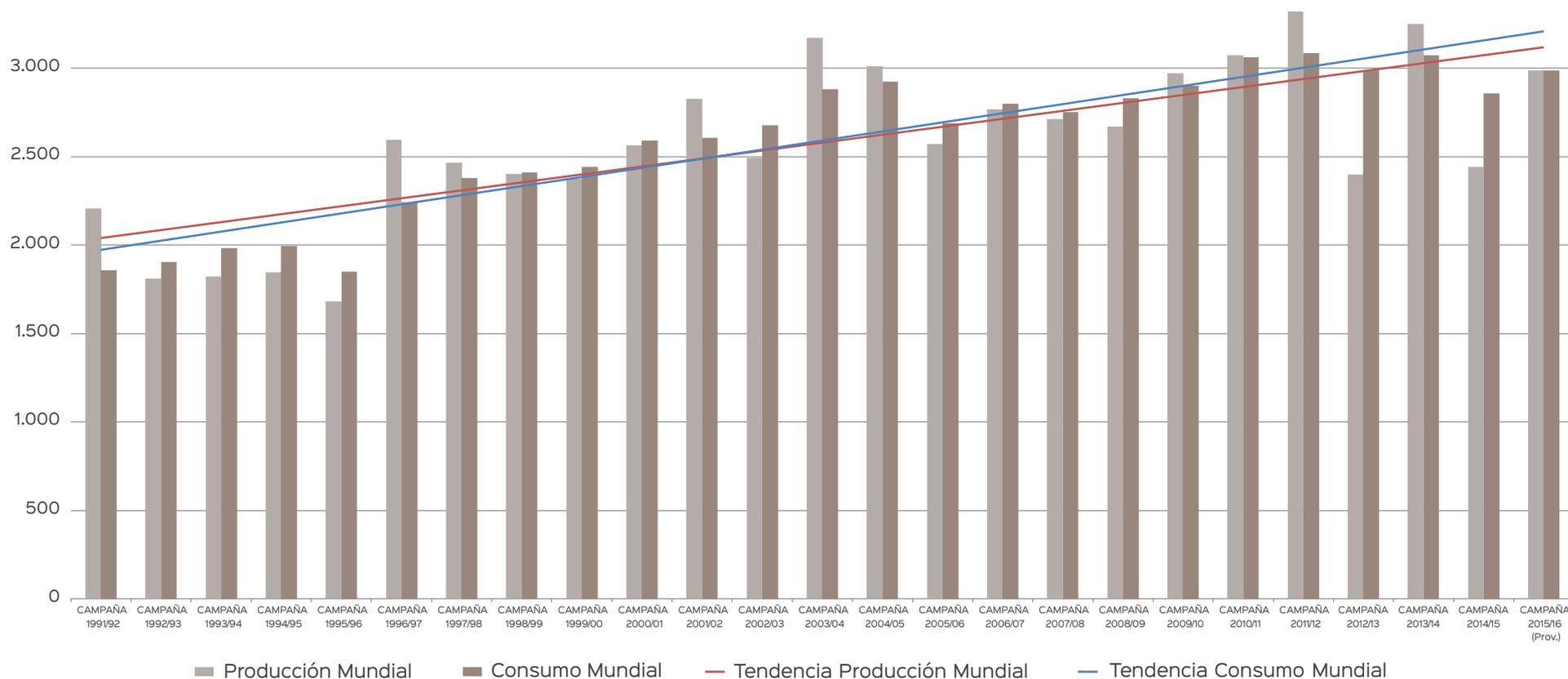
En líneas generales, y muy en particular por la situación española, la escasa producción y la tendencia al alza de los precios del aceite de oliva en origen durante la campaña 2014/15 hicieron que el consumo a nivel agregado se resintiese, excepto en países como Japón, Argelia o Turquía, pero nada significativos en relación a las caídas de los grandes consumidores de la cuenca mediterránea, como España e Italia, con cifras de -34.800 toneladas y -120.100 toneladas respectivamente.

Al igual que en la campaña 2012/13, el ratio producción-consumo fue inferior a 1, situándose en 0,86, por lo tanto, debido fundamentalmente a la escasez de cosecha, el consumo fue superior a la producción. Así, aunque el consumo se resintió, cayó menos que la disponibilidad de aceite, por lo que la curva de precios del aceite en origen se mantuvo al alza hasta el inicio de la actual campaña 2015/16 (ver gráfico 1 en la página siguiente).

El mercado español del aceite de oliva sigue siendo el referente mundial en cuanto a producción, calidad y, en consecuencia, precios. En este sentido, es importante destacar que el precio medio de todas las calidades en las últimas 12 campañas se situó en 2,37 €/Kg, con variaciones desde los 1,82 €/Kg de la campaña 2011/12 hasta los 3,47 €/Kg de la campaña 2005/06. Respecto a la campaña 2014/15, el precio medio fue de 2,99 €/Kg. (ver gráfico 2 en la página siguiente).



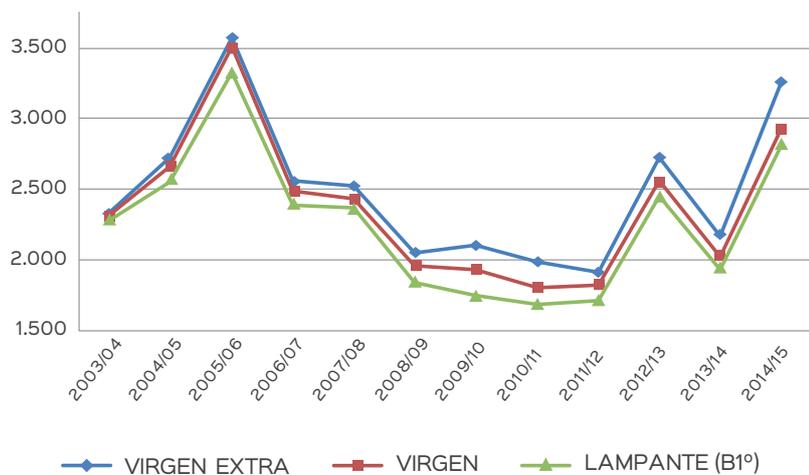
Gráfico 1
Producción y consumo mundial de aceite de oliva (en miles de Tm)



Fuente: Consejo Oleícola Internacional (noviembre 2015)

Gráfico 2
Precios medios anuales de aceite de oliva por categorías en España (en €/kg).

Evolución precios aceite de oliva España €/Kg



Fuente: Poolred





3.2. España

3.2.1. Datos históricos de la campaña 2014/15

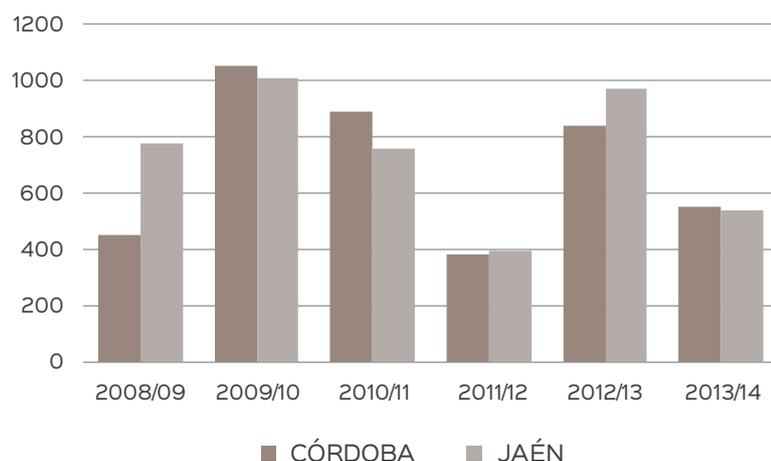
3.2.1.1. Producción

La producción de la campaña 2014/15, que comprende desde el 1 de octubre de 2014 hasta 30 de septiembre de 2015, se inició con un enlace de 499.100 toneladas, un 65,9% superior al enlace del año anterior, que fue de 300.700 toneladas. En cuanto a la producción, se situó por debajo de las 900.000 toneladas, algo que sucede solo por segunda desde la campaña 2006/07, en concreto en la de 2012/13. En comparación con la campaña anterior, que fue récord absoluto de producción, la de 2014/15 fue un 52,7% inferior, con solo 223.500 toneladas por encima de la desastrosa campaña 2012/13.

Tal y como reflejan los datos de pluviometría, se observa la estrecha relación entre el bajo nivel de precipitaciones durante el año agrícola 2013/14, que no se corresponde con el volumen medio en estas regiones, y los niveles de producción de la cosecha 2014/15.

Gráfico 3

Pluviometría en Córdoba y Jaén - (En mm.)



Fuente: Estaciones Agroclimáticas de la Junta de Andalucía

Como se aprecia en la siguiente tabla de las principales áreas de producción, Jaén representó el 27,3% del total de la producción en España, con 230.000 toneladas, lo que, a nivel mundial, representa el 9,4% de la producción total. La segunda mayor región productora, Córdoba, generó 163.000 toneladas, un 19,4% de la producción de España y el 6,7% de la mundial. La cifra total de producción en España constituyó el 34,4% de la producción global, una cifra mucho menos representativa que la del año anterior, que fue del 54,5%.

Tabla 1

Principales zonas de producción

JAÉN	CÓRDOBA	GRANADA	RESTO ANDALUCÍA	RESTO ESPAÑA	RESTO MUNDO
230	163	101	178	169	1.603

Fuente: Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) - (En miles de Tm)

En cuanto a la cosecha 2014/15 por meses, los más productivos en orden descendente fueron diciembre, con 427.500 toneladas, enero, con 160.200 toneladas, y noviembre, con 157.600 toneladas. Lo habitual es que el mes de febrero suela estar entre los de mayor producción, pero la cosecha en el mes de enero había alcanzado el 92,2%, por lo que febrero y marzo fueron meses de escasa producción, lo que vino a confirmar la baja cosecha de la campaña.

Tabla 2

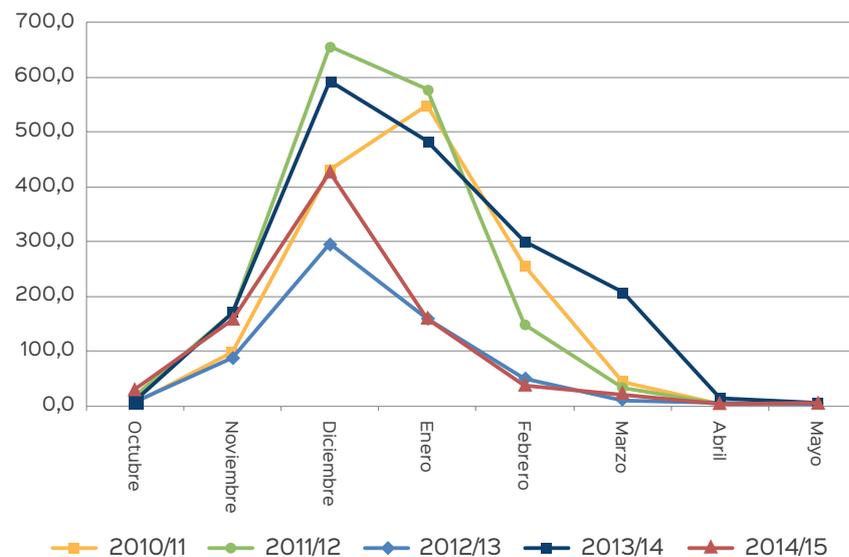
Producción España

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Octubre	6,3	18,6	6,6	8,8	30,5
Noviembre	97,8	170,2	87,7	169,7	157,6
Diciembre	431,3	655,4	296,3	592,2	427,5
Enero	548,4	577,8	158,9	483	160,2
Febrero	255,8	149,4	49,1	300,1	37,8
Marzo	44	33,9	10,3	207,9	19,5
Abril	3,6	4,4	5,1	14,5	3,2
Mayo	4,7	5,3	4,2	5,3	5,9
Junio					
Julio					
Agosto					
Septiembre					
TOTAL	1.391,9	1.615	618,2	1.781,5	842,2

Fuente: AICA

Gráfico 4

Producción España



Fuente: AICA (En miles de Tm)

3.2.1.2. Salidas (Exportaciones y Consumo)

Exportaciones

Las exportaciones en la campaña 2014/15 cayeron en 276.500 toneladas, lo que supone una bajada del 25,01%. El principal motivo de esta caída fue la baja



producción, que, a su vez, y debido al nivel de precios, provocó una reducción del consumo que veremos a continuación.

Consumo

La caída del consumo fue del 7,8%, hasta las 494.600 toneladas. A partir del mes de mayo, el consumo empezó a remontar pero el efecto neto no fue suficiente para mantener el nivel de 536.500 toneladas de la campaña anterior.

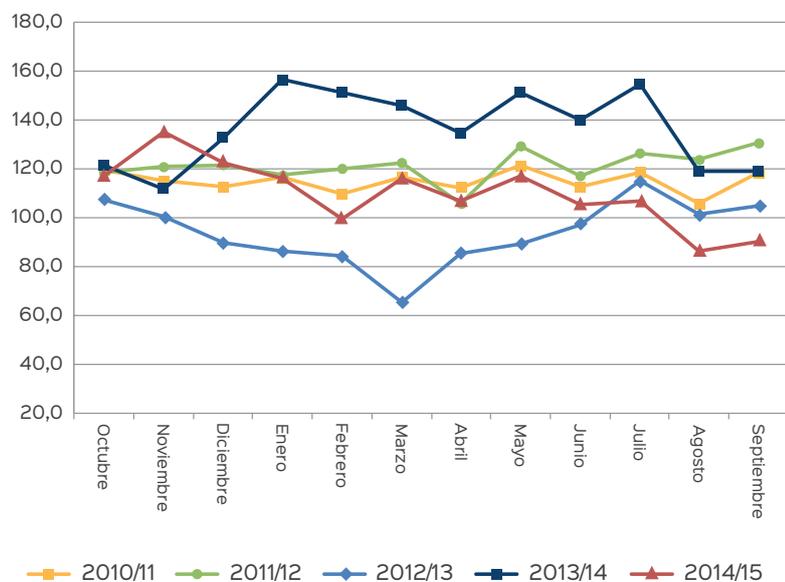
El ratio exportaciones-consumo se constituyó en 1,67, lo que demuestra que España, además de ser el principal país productor y consumidor de aceite de oliva en el mundo, destina gran parte de su producción a la exportación. De hecho, el ratio producción-exportación en la campaña 2014/15 fue cercano a 1.

Tabla 3
Salidas España

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	Ø 5 campañas
Octubre	119,7	118,9	107,7	121,4	117,1	117,0
Noviembre	115,4	121	100,8	112	135,3	116,9
Diciembre	112,9	121,8	90,1	133	122,5	116,1
Enero	116,7	117,5	86,6	156,5	116,1	118,7
Febrero	110,1	120,3	84,4	151,3	99,7	113,2
Marzo	116,8	122,7	65,6	146	116,5	113,5
Abril	112,6	106,2	85,4	134,8	106,9	109,2
Mayo	121,4	129,5	89,3	151,3	117,4	121,8
Junio	112,9	117,3	97,2	140,1	105,5	114,6
Julio	118,9	126,6	115,5	154,6	106,8	124,5
Agosto	106	123,9	101,7	119,3	86,6	107,5
Septiembre	118,6	130,7	104,9	119,1	90,6	112,8
TOTAL	1.382	1.456,4	1.129,2	1.639,4	1.321,0	1.384,1

Fuente: AICA (En miles de Tm)

Gráfico 5
Salidas España



Fuente: AICA (En miles de Tm)

3.2.1.3. Importaciones

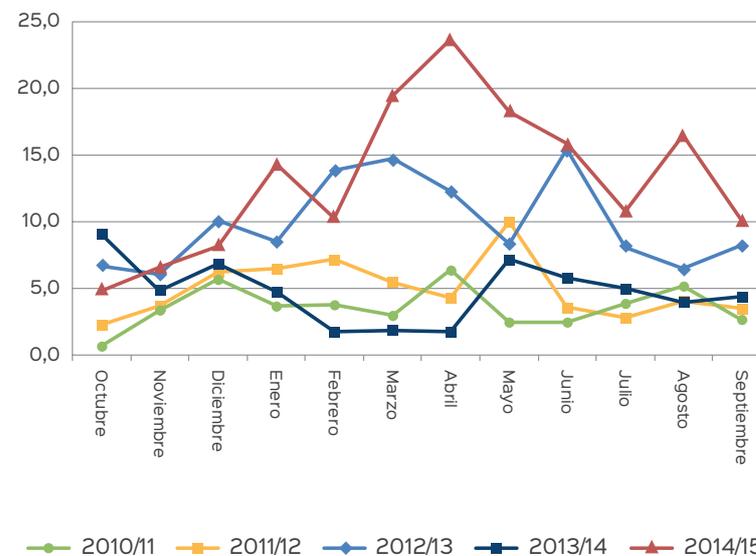
A la vista de esta campaña escasa en producción, en la cual apenas se cubrían las exportaciones, las importaciones crecieron un 176%, hasta las 159.100 toneladas. Las compras provinieron de países como Túnez, que incrementó sus exportaciones en un 422% con respecto al año anterior y alcanzó un récord de exportaciones cifrado en 303.000 toneladas, un 169% por encima de la media de las cinco campañas anteriores. Estas importaciones coincidieron con una buena cosecha en Túnez, que, al ser netamente exportador, constituyó una fuente de aprovisionamiento para las necesidades de España y otros países envasadores.

Tabla 4
Importaciones España

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	Ø 5 campañas
Octubre	0,7	2,3	6,7	9,1	4,9	4,7
Noviembre	3,4	3,7	6,1	4,9	6,6	4,9
Diciembre	5,7	6,3	10,1	6,9	8,2	7,4
Enero	3,7	6,5	8,5	4,8	14,3	7,6
Febrero	3,8	7,2	13,9	1,8	10,3	7,4
Marzo	3	5,5	14,8	1,9	19,5	8,9
Abril	6,4	4,3	12,3	1,8	23,7	9,7
Mayo	2,5	10	8,4	7,2	18,3	9,3
Junio	2,5	3,6	15,5	5,8	15,9	8,7
Julio	3,9	2,8	8,1	5	10,8	6,1
Agosto	5,2	4,1	6,5	4	16,5	7,3
Septiembre	2,7	3,5	8,3	4,4	10,1	5,8
TOTAL	43,5	59,8	119,2	57,6	159,1	65,4

Fuente: AICA (En miles de Tm)

Gráfico 6
Importaciones España



Fuente: AICA (En miles de Tm)



3.2.1.4. Existencias finales

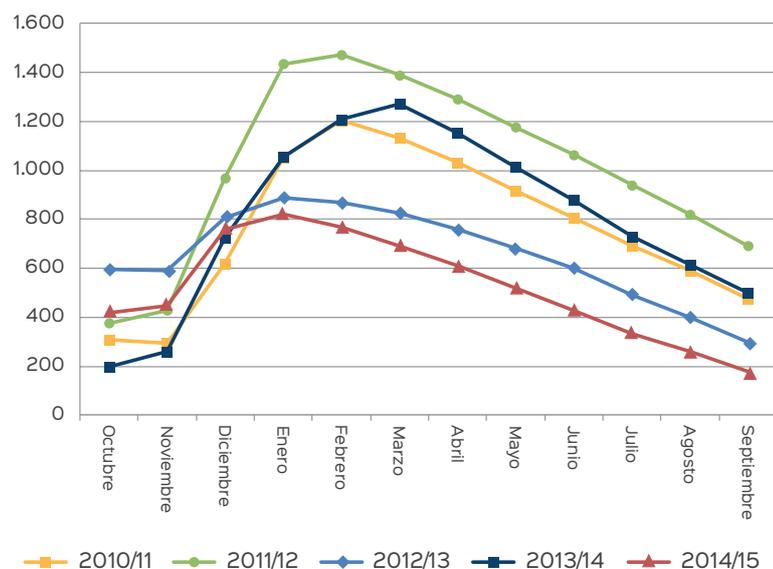
El balance final de existencias arrojó una cifra de 180.700 toneladas, el peor enlace de campaña desde la cosecha 2003/04, un 50,7% inferior a la media de todas las campañas desde la de 2000/01. Esto hacía prever tensiones en el inicio de la actual campaña, además de una escalada de precios según se aproximaba el final de la campaña 2014/15 y que veremos en próximos apartados. De esa cifra de enlace, unas 56.000 toneladas se acumulaban en almazaras; 1.800 toneladas en el Patrimonio Comunal Olivarero; y 123.200 toneladas en manos de envasadores.

Tabla 5
Existencias finales España

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	Ø 5 campañas
Octubre	308	376,1	598,1	197,2	418,7	336,9
Noviembre	293,8	429	591,1	259,8	447,6	364,4
Diciembre	617,9	968,9	807,4	725,9	760,8	711
Enero	1.053,3	1.435,7	888,2	1.057,2	819,2	1.046,1
Febrero	1.202,8	1.472	866,8	1.207,8	767,6	1.132,7
Marzo	1.133	1.388,7	826,3	1.271,6	690,1	1.134,9
Abril	1.030,4	1.291,2	758,3	1.153,1	610,1	1.043,3
Mayo	916,2	1.177	681,6	1.014,3	516,9	932,9
Junio	805,8	1.063,3	599,9	880	427,3	822,7
Julio	690,8	939,5	492,5	730,4	331,3	698,8
Agosto	590	819,7	397,3	615,1	261,2	591,7
Septiembre	474,1	692,5	300,7	500,4	180,7	477,7
TOTAL	1.382	1.456,4	1.129,2	1.639,4	1.321,0	1.384,1

Fuente: AICA (En miles de Tm)

Gráfico 7
Existencias finales España



Fuente: AICA (En miles de Tm)

3.2.1.5. Precios

En la campaña 2014/15 se partía de unas existencias iniciales de 500.400 toneladas, a las que hay que añadir la producción de 842.200 toneladas y la importación de 159.100 toneladas, por lo que las disponibilidades totales alcanzaron una cifra de 1.501.700 toneladas, lo que supone la cifra más baja de las últimas seis campañas, exceptuando la campaña 2012/13.

La temporada comenzó con precios próximos a los 2,67 €/kg para los virgen extra, 2,49 €/kg para los virgen finos y 2,40 €/kg para los lampantes. El precio mínimo del aceite virgen extra se dio al inicio de campaña, en el mes de octubre de 2014, con un valor de 2,67 €/kg; y el máximo, de 4,19 €/kg, se registró en el mes de agosto de 2015.

Los aceites virgen y lampante mantuvieron un diferencial con respecto a los virgen extra de un 11% y un 16% respectivamente.

Así, los aceites lampantes alcanzaron precios mínimos ligeramente inferiores a 2,40 €/kg en el mes de septiembre de 2014 y máximos de 3,83 €/kg en agosto de 2015. Por su parte los virgen alcanzaron mínimos de 2,49 €/kg al inicio de campaña y máximos de 3,99 €/kg en el mes de agosto.

Los precios medios ponderados de cada categoría a lo largo de la campaña fueron de 3,25 €/Kg para el virgen extra, 2,92 €/Kg para el virgen y 2,80 €/Kg el lampante. Esto supone un fuerte aumento con respecto a la cosecha anterior: 50,4% en virgen extra y 45% tanto para virgen como para lampantes.

A diferencia de la campaña precedente, la volatilidad de los precios fue muy alta, incluso más que en la campaña 2011/12, que había tenido la volatilidad más alta de los últimos 10 años; en concreto, fue de un 46% para virgen extra, de un 51,6% para virgen y de un 51% para el lampante.

Tabla 6
Evolución de precios del aceite de oliva virgen extra en España

	En € / kgr.									
	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Octubre	3,884	2,655	2,454	2,270	2,427	2,004	1,924	2,530	2,338	2,674
Noviembre	3,860	2,627	2,615	2,186	2,176	2,031	1,940	2,494	2,313	2,914
Diciembre	4,012	2,535	2,649	2,084	2,050	2,045	1,862	2,525	2,087	3,131
Enero	4,246	2,501	2,647	1,997	2,128	1,977	1,814	2,921	2,045	3,255
Febrero	4,178	2,603	2,631	1,997	2,132	1,994	1,813	2,963	2,065	3,252
Marzo	3,911	2,709	2,625	1,872	2,162	2,003	1,787	2,954	2,032	3,253
Abril	3,558	2,714	2,479	1,872	2,170	1,987	1,799	2,850	2,032	3,356
Mayo	3,202	2,584	2,414	1,792	2,089	1,982	1,761	2,733	1,978	3,537
Junio	3,062	2,471	2,378	1,892	2,010	1,957	1,758	2,757	2,084	3,549
Julio	3,150	2,378	2,354	2,016	2,002	1,927	1,843	2,681	2,405	3,790
Agosto	3,140	2,343	2,332	2,342	2,002	1,929	2,212	2,576	2,646	4,186
Septiembre	2,792	2,390	2,310	2,503	2,007	1,875	2,532	2,558	2,707	4,035



Tabla 6 (continuación)

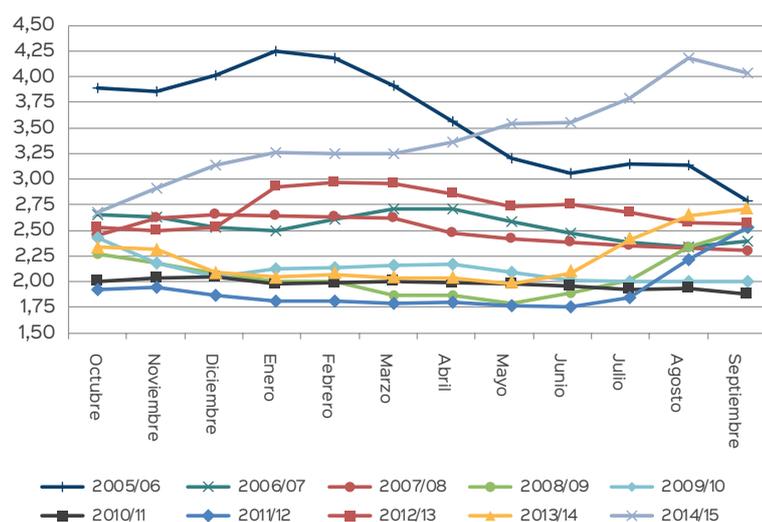
Evolución de precios del aceite de oliva virgen extra en España

Ø pond. campaña	3,571	2,556	2,520	2,043	2,102	1,981	1,908	2,721	2,163	3,253
Inc.vs.C.A.	31,4%	-28,4%	-1,4%	-19,0%	2,9%	-5,8%	-3,7%	42,6%	-20,5%	50,4%
base 100 = 2003/04	100,0	71,6	70,6	57,2	58,9	55,5	53,4	76,2	60,6	91,1
TACC 2003/04-11/12										-0,9%
Volatilidad vs. Mínimo	-21,8%	-8,3%	-8,4%	-12,3%	-4,8%	-5,4%	-7,8%	-8,3%	-8,6%	-17,8%
Volatilidad vs. Máximo	18,9%	6,2%	5,1%	22,5%	15,4%	3,2%	32,7%	8,9%	25,2%	28,7%
Volatilidad Total	40,7%	14,5%	13,4%	34,8%	20,2%	8,6%	41%	17%	34%	46%

Fuente: Poolred

Gráfico 8

Evolución de precios del aceite de oliva virgen extra en España



Fuente: Poolred

Tabla 7

Evolución de precios del aceite de oliva virgen en España

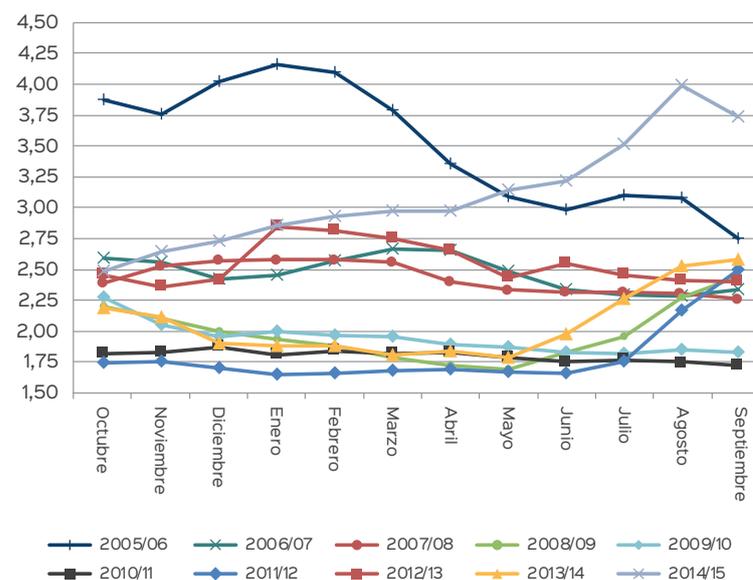
	En € / kg.									
	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Octubre	3,878	2,592	2,388	2,202	2,271	1,812	1,744	2,453	2,183	2,486
Noviembre	3,755	2,554	2,525	2,100	2,049	1,828	1,748	2,361	2,112	2,639
Diciembre	4,023	2,419	2,573	1,996	1,956	1,864	1,703	2,419	1,897	2,727
Enero	4,162	2,449	2,584	1,934	1,996	1,806	1,652	2,846	1,875	2,860
Febrero	4,092	2,567	2,575	1,882	1,967	1,837	1,653	2,809	1,883	2,933
Marzo	3,785	2,666	2,562	1,788	1,952	1,813	1,680	2,748	1,807	2,970
Abril	3,356	2,650	2,395	1,716	1,896	1,828	1,685	2,652	1,841	2,968
Mayo	3,091	2,487	2,331	1,693	1,866	1,780	1,668	2,431	1,781	3,144
Junio	2,984	2,334	2,317	1,831	1,830	1,754	1,657	2,547	1,977	3,216
Julio	3,095	2,295	2,311	1,956	1,819	1,758	1,750	2,455	2,261	3,512
Agosto	3,082	2,281	2,306	2,272	1,845	1,749	2,169	2,411	2,532	3,994
Septiembre	2,748	2,337	2,264	2,438	1,829	1,718	2,499	2,401	2,585	3,733

Ø pond. campaña	3,506	2,485	2,424	1,954	1,923	1,795	1,813	2,553	2,013	2,923
Inc.vs.C.A.	31,8%	-29,1%	-2,4%	-19,4%	-1,6%	-6,7%	1,0%	40,8%	-21,2%	45,2%
base 100 = 2005/06	100,0	70,9	69,2	55,7	54,8	51,2	51,7	72,8	57,4	83,4
TACC 2005/06-14/15										-1,8%
Volatilidad vs. Mínimo	-21,6%	-8,2%	-6,6%	-13,3%	-5,4%	-4,3%	-8,9%	-7,5%	-11,5%	-14,9%
Volatilidad vs. Máximo	18,7%	7,3%	6,6%	24,8%	18,1%	3,9%	37,8%	11,5%	28,4%	36,7%
Volatilidad Total	40,3%	15,5%	13,2%	38,1%	23,5%	8,2%	46,7%	19,0%	39,9%	51,6%

Fuente: Poolred

Gráfico 8

Evolución de precios del aceite de oliva virgen en España



Fuente: Poolred

Tabla 8

Evolución de precios del aceite de oliva lampante (base 1º) en España

	En € / kg.									
	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Octubre	3,850	2,543	2,322	2,167	2,274	1,703	1,645	2,397	2,078	2,398
Noviembre	3,597	2,455	2,446	2,012	2,006	1,756	1,634	2,275	2,013	2,520
Diciembre	3,621	2,268	2,429	1,897	1,922	1,781	1,585	2,337	1,860	2,506
Enero	4,065	2,298	2,488	1,829	1,936	1,700	1,548	2,696	1,827	2,654
Febrero	3,853	2,470	2,491	1,822	1,876	1,696	1,563	2,680	1,812	2,719
Marzo	3,675	2,578	2,475	1,673	1,756	1,685	1,563	2,612	1,682	2,665
Abril	3,152	2,556	2,324	1,610	1,689	1,694	1,602	2,536	1,684	2,787
Mayo	3,009	2,391	2,249	1,601	1,665	1,653	1,616	2,301	1,650	2,966
Junio	2,884	2,276	2,223	1,769	1,632	1,663	1,596	2,394	1,826	3,011
Julio	2,970	2,231	2,239	1,917	1,639	1,653	1,711	2,342	2,135	3,435
Agosto	2,974	2,257	2,269	2,225	1,689	1,629	2,164	2,334	2,436	3,838
Septiembre	2,580	2,297	2,240	2,425	1,695	1,599	2,435	2,291	2,476	3,556



Tabla 8 (continuación)

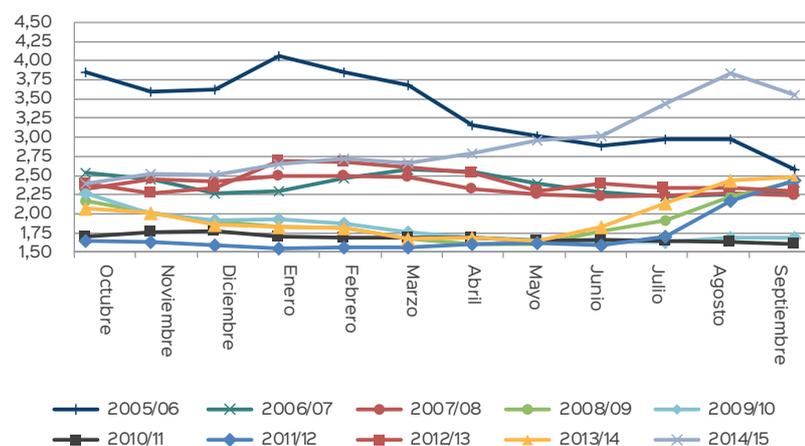
Evolución de precios del aceite de oliva lampante (base 1º) en España

Ø pond. campaña	3,324	2,381	2,364	1,838	1,742	1,681	1,706	2,443	1,925	2,798
Inc.vs.C.A.	30,5%	-28,4%	-0,7%	-22,3%	-5,2%	-3,5%	1,5%	43,1%	-21,2%	45,3%
base 100 = 2005/06	100,0	71,6	71,1	55,3	52,4	50,6	51,3	73,5	57,9	84,2
TACC 2005/06-14/15										-1,7%
Volatilidad vs. Mínimo	-22,4%	-6,3%	-6%	-12,9%	-6,3%	-4,9%	-9,3%	-6,9%	-14,3%	-14,3%
Volatilidad vs. Máximo	22,3%	8,3%	5,4%	32%	30,6%	5,9%	42,7%	10,4%	28,6%	37,2%
Volatilidad Total	44,7%	14,5%	11,3%	44,9%	36,9%	10,8%	52%	17%	43%	51%

Fuente: Poolred

Gráfico 10

Evolución de precios del aceite de oliva lampante (base 1º) en España



Fuente: Poolred

3.2.1.6. Comentario general

La campaña actual retoma la tendencia de producción por encima de 1.350.000 toneladas, una cifra que suele alcanzarse en campañas con condiciones climáticas favorables y que no se había logrado en las campañas 2012/13 y 2014/15.

Estas cifras de producción aseguran mantener los niveles actuales de exportación y de consumo interno de España.

3.2.2. Estimación de producción de la campaña 2015/16

Los primeros datos aportados por el Consejo Oleícola Internacional en su 103ª Asamblea situaban la producción española de aceite de oliva para la campaña 2015/16 en 1.300.000 toneladas. Como todos los años, dicha cifra podría variar en

función tanto de las lluvias como de otros factores, especialmente del rendimiento graso definitivo.

Por otro lado, la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía difundió en octubre de 2015 el Aforo del Olivar Campaña 2015-2016, un documento en el que se estimaba la producción de Andalucía en 1.030.093 toneladas y se proyectaba la producción nacional y mundial en 1.200.000 y 2.900.000 toneladas respectivamente.

En los datos oficiales comunicados por la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), la producción acumulada hasta abril de 2016 era de 1.394.600 toneladas para España. Esto supone una cifra superior a la media de los últimos cinco años en un 12%.

Por tanto, de las estimaciones públicas y datos publicados hasta el momento, en esta ocasión la cifra del Consejo Oleícola Internacional es la que mejor refleja la realidad, dadas las cantidades declaradas hasta abril de 2016 por AICA.

Por lo que respecta a la climatología, el año hídrico 2014/15 no fue bueno en comparación con los años precedentes, siendo solo comparable con el año hídrico 2011/12, que afectó a la campaña 2012/13. En este caso, aunque la climatología no haya sido buena, la cosecha está superando las expectativas fundamentalmente por venir de un momento de baja cosecha y, por tanto, de un olivar menos agotado en su floración, es decir, por efecto de la vecería. Además de las escasas precipitaciones, que incidieron en el calibre de las aceitunas, las altas temperaturas en la floración dieron menos cuajado de fruto y las temperaturas de verano se reflejaron también en el tamaño. Sin embargo, al inicio de la recolección, las lluvias otoñales mejoraron en gran medida el calibre y el estado general del cultivo.

Si analizamos la recolección por meses, en noviembre, al ser un mes con muy pocas lluvias que no provocaron retrasos en la recolección, la producción alcanzó las 259.600 toneladas. La práctica totalidad de la recolección se concentró en el mes de diciembre, que registró una producción de 605.100 toneladas. El mes de enero, seco en su segunda quincena, permitió la recolección de 363.600 toneladas. La actividad recolectora se dio prácticamente por finalizada en el mes de febrero.

Por su parte, el rendimiento graso en la campaña actual se ha incrementado con respecto al año anterior en un 1,4%, por lo que se sitúa en torno al 20,88% en Andalucía y al 20,53% en España.

En lo que se refiere a las existencias totales (almazaras, patrimonio comunal olivarero y envasadores), comenzaron en 180.700 toneladas, 320.000 toneladas por debajo de la cifra del año anterior, pero, a febrero de 2016, las existencias de inicio se situaban en 1.075.800 toneladas, un 31% más que en el mismo periodo del año anterior. Más del 82% se encontraban en manos de las almazaras, el 15,6%, en los envasadores, y el resto, en manos del Patrimonio Comunal Olivarero.

Por todo ello Deoleo apuntaba en meses anteriores a que la cifra de producción para la campaña 2015/16 sería de alrededor de **1.400.000 toneladas**.

Durante los meses de octubre, noviembre y diciembre, los precios tendieron a la baja, alcanzándose en febrero de 2016 precios de 3,34 €/kg en el aceite de oliva virgen extra y, en enero, 3,19 €/kg para el virgen y 3,02 €/kg para el lampante.

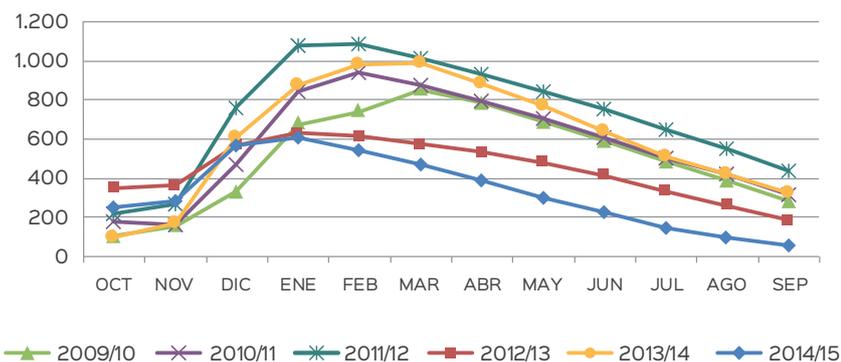


Con esta situación de precios y de producción, siempre y cuando se mantengan las condiciones meteorológicas favorables, para la campaña 2015/16 se estiman unas disponibilidades totales de 1.710.700 toneladas. Teniendo en cuenta que se mantendría un nivel de exportaciones medio de 130.000 toneladas mensuales, el total de salidas estaría en torno a 1.360.000 toneladas.

Así, el enlace para la campaña 2016/17 se podría estimar aproximadamente en 350.700 toneladas, una cifra consistente y adecuada para empezar la siguiente campaña sin presiones.

Gráfico 11

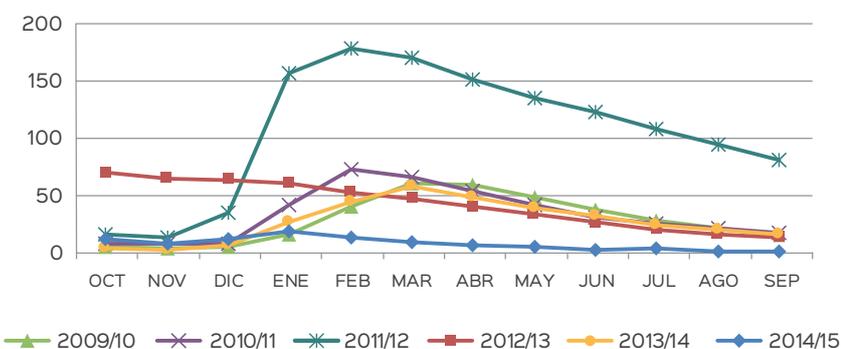
Existencias almazaras



Fuente: AICA (En miles de Tm)

Gráfico 12

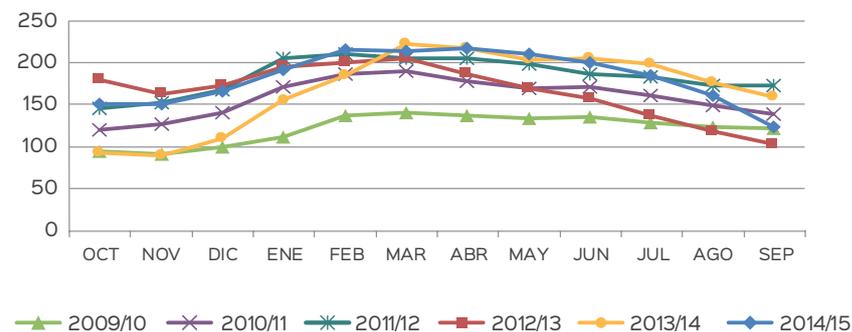
Existencias Patrimonio Comunal Olivarero



Fuente: AICA (En miles de Tm)

Gráfico 13

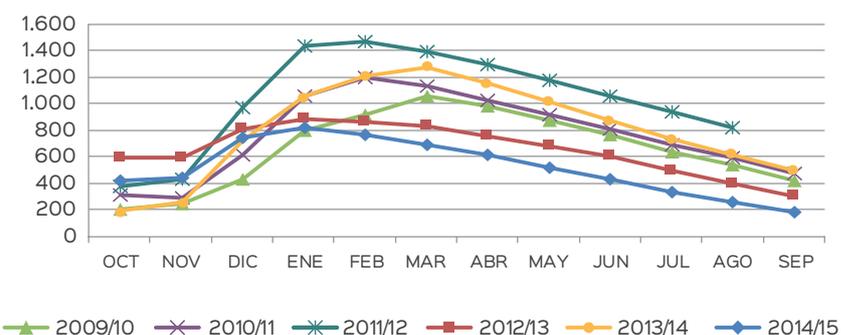
Existencias envasadores



Fuente: AICA (En miles de Tm)

Gráfico 14

Existencias totales



Fuente: AICA (En miles de Tm)

Tabla 9

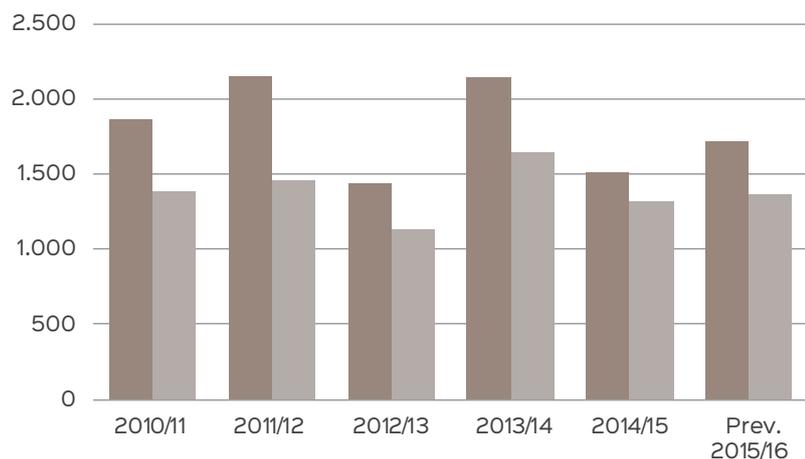
Balance de campañas

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	Prev. 2015/16
Existencias iniciales	420,7	474,1	692,5	300,7	500,4	180,7
Producción	1.392	1.615	618	1.782	842	1.400
Importación	43,5	59,8	119,2	57,6	159	130
Total Disponibilidades	1.856,1	2.148,9	1.429,9	2.139,8	1.501,7	1.710,7
Total Salidas	1.382	1.456,4	1.129,2	1.639,4	1.321,0	1.360
Remanente	474,1	692,5	300,7	500,4	180,7	350,7

Fuente: AICA y elaboración propia (En miles de Tm)

**Gráfico 15**

Disponibilidad/salidas España por campaña



Fuente: AICA y elaboración propia (En miles de Tm)

3.2.3. Conclusiones sobre la campaña 2015/16

- La producción española para la campaña 2015/16 se prevé suficiente.
- La disponibilidad total de aceite de oliva en España se situará en 1.710.700 toneladas.
- Las estimaciones de enlace se cifran en 350.700 toneladas
- En cuanto a precios, se espera, cuando menos, linealidad, dadas las condiciones favorables tanto climáticas como de enlace.



3.3. Italia

3.3.1. Datos históricos de la campaña 2014/15

Tabla 10

Evolución de producción, consumo, importación y exportación de Italia

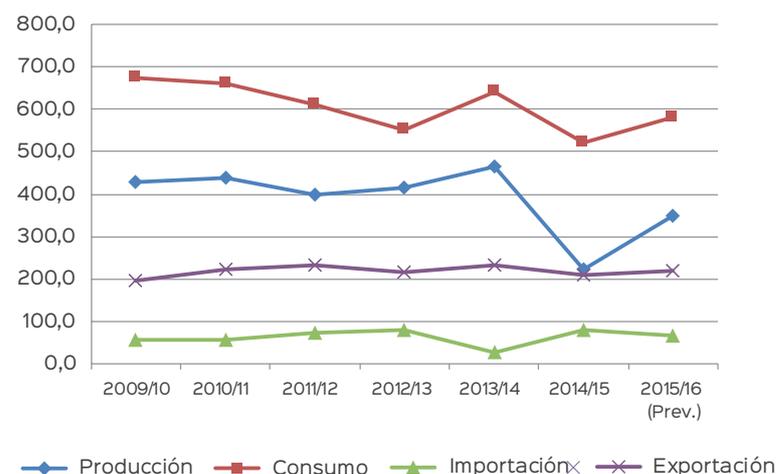
	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16 (Prev.)
Producción	430,0	440,0	399,2	415,5	463,7	222,0	350,0
Consumo	675,7	660,0	610,0	550,0	641,0	521,0	580,8
Importación	56,3	58,0	73,9	79,2	26,8	79,3	66,0
Exportación	195,1	223,5	233,2	217,6	233,3	208,0	219,5

Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)

*No incluye las transacciones intracomunitarias

Gráfico 16

Evolución de producción, consumo, importación y exportación de Italia



Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)

3.3.1.1. Producción

La producción en Italia en la campaña 2014/15, según datos del COI, fue de 222.000 toneladas, un 52,1% menos que en la campaña 2013/14, que generó 463.700 toneladas.

3.3.1.2. Consumo

En la denominada demanda interior (que incluye tanto el consumo doméstico como el extradoméstico -hostelería, restauración y catering- y las ventas a granel, principalmente de la industria conservera, así como las mermas resultantes de los procesos industriales a los que es sometido el aceite de oliva), el COI aportó la cifra de 521.000 toneladas. Se trata del volumen más bajo de la serie histórica desde el año 2000, un 16,9% inferior a la cifra media de las cinco campañas anteriores.



3.3.1.3. Importaciones

Italia es un país con elevadas importaciones. Las importaciones italianas de terceros países fuera de la UE crecieron un 296% con respecto a la campaña 2013/14. Esta situación es reflejo de la mala campaña y la situación de precios del mercado español, que obligó a tener otras fuentes de suministro.

3.3.1.4. Exportaciones

Con 208.000 toneladas, la campaña 2014/15 fue la de menores exportaciones de las últimas cosechas, ya que las exportaciones italianas no bajan de 200.000 toneladas desde la campaña 2010/11.

3.3.1.5. Precios

Según los datos de cotización de los aceites virgen extra y lampante de la Cámara de Comercio de Bari, en esta campaña se produjo un aumento significativo de los precios, muy acusado en los virgen extra italianos. Los precios de la Cámara de Comercio de Bari en cuanto al micromercado de aceite de oliva virgen extra 100% italiano en la campaña 2014/15 fueron los más altos de las últimas cinco campañas, a expensas de la evolución de precio hasta el final de la campaña 2015/16. La cotización promedio fue de 5,85 €/Kg para el virgen extra (un 78% por encima del precio medio en 2013/14) y 2,63 €/Kg para el lampante, un 42,4% superior a la campaña anterior.

La campaña comenzó con precios medios de 4,23€/Kg en vírgenes extra y 2,2 €/Kg en lampantes.

Las cotizaciones continuaron una línea ascendente desde el mínimo alcanzado a inicio de campaña hasta el punto más alto registrado en el último mes de la cosecha para el lampante y en los meses de noviembre, febrero y marzo para el virgen extra. Se registraron precios máximos de 6,8 €/Kg para el virgen extra en noviembre y de 3,45 €/Kg para el lampante en el mes de septiembre.

En cuanto al virgen extra, que sigue una tendencia afectada por otros factores, el mayor diferencial con respecto al lampante fue de 4,45 €/kg en noviembre.

Tabla 11

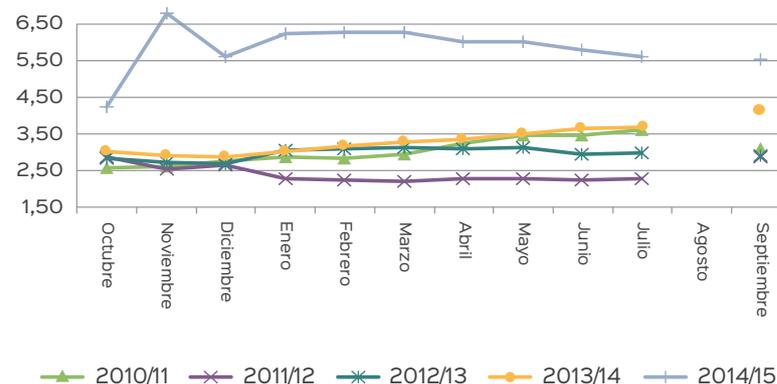
Precios de aceite de oliva virgen extra en Italia

	En € / kgr.				
	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Octubre	2,600	2,859	2,850	3,016	4,225
Noviembre	2,633	2,543	2,712	2,919	6,800
Diciembre	2,769	2,650	2,706	2,875	5,600
Enero	2,863	2,275	3,070	3,025	6,250
Febrero	2,850	2,250	3,110	3,175	6,275
Marzo	2,942	2,225	3,150	3,275	6,275
Abril	3,244	2,275	3,100	3,350	6,000
Mayo	3,470	2,275	3,150	3,500	6,000
Junio	3,463	2,254	2,960	3,650	5,800
Julio	3,604	2,293	2,970	3,700	5,625
Agosto					
Septiembre	3,153	2,875	2,920	4,150	5,550
Ø campaña	3,054	2,434	2,973	3,330	5,855
Inc.vs.C.A.	20,1%	-20,3%	22,1%	12,0%	75,8%
base 100 = 2010/11	100,0	79,7	97,3	109,1	191,7
TACC 2010/11-14/15					13,9%

Fuente: Cámara de Comercio de Bari

Gráfico 17

Precios de aceite de oliva virgen extra en Italia (€/kg)



Fuente: Cámara de Comercio de Bari

Tabla 12

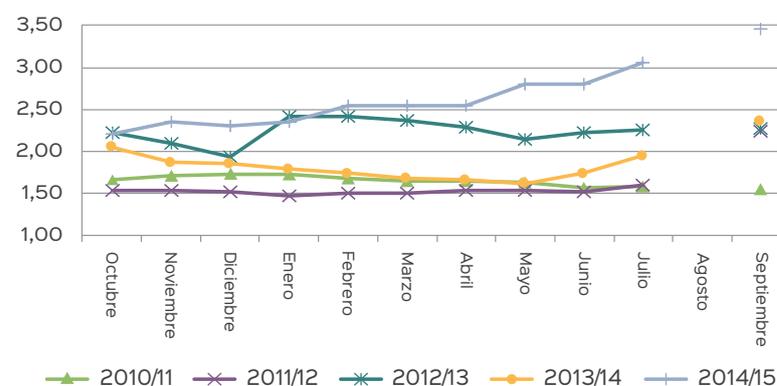
Precios de aceite de oliva lampante (acidez del 3% al 5%) en Italia

	En € / kgr.				
	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Octubre	1,658	1,540	2,222	2,053	2,200
Noviembre	1,716	1,540	2,090	1,863	2,350
Diciembre	1,730	1,520	1,940	1,860	2,300
Enero	1,730	1,470	2,420	1,793	2,350
Febrero	1,675	1,500	2,420	1,750	2,550
Marzo	1,650	1,500	2,372	1,680	2,550
Abril	1,650	1,530	2,293	1,660	2,550
Mayo	1,628	1,530	2,135	1,620	2,800
Junio	1,570	1,520	2,227	1,750	2,800
Julio	1,580	1,590	2,250	1,950	3,050
Agosto					
Septiembre	1,543	2,233	2,265	2,350	3,450
Ø campaña	1,648	1,588	2,239	1,848	2,632
Inc.vs.C.A.	-6,7%	-3,6%	41,0%	-17,5%	42,4%
base 100 = 2010/11	100,0	96,4	135,9	112,1	159,7
TACC 2010/11-14/15					9,8%

Fuente: Cámara de Comercio de Bari

Gráfico 18

Precios de aceite de oliva lampante (acidez del 3% al 5%) en Italia (€/kg)



Fuente: Cámara de Comercio de Bari



3.3.1.6. Comentario general

En la campaña 2014/15 la fuente natural de aprovisionamiento de Italia para el consumo interno y las exportaciones, que hasta entonces había sido España, debido a sus bajas disponibilidades y su nivel de precios, perdió importancia en favor de terceros países. La situación mundial, lastrada por la cosecha española, provocó en todos los mercados una tendencia alcista de precios, lo cual afectó también de forma significativa al micromercado de aceite italiano.

3.3.2. Estimaciones de producción de la campaña 2015/16

La estimación del COI para la cosecha 2015/16 es de 350.000 toneladas, frente a las 222.000 de 2013/14, lo que supone un aumento del 157,7%.

La realidad, según el desarrollo de la campaña actual, arroja unos datos similares, en torno a las 350.000 toneladas.

3.3.3. Conclusiones sobre la campaña 2015/16

- En la estimación del COI la producción aumentará un 157,7%, hasta las 350.000 toneladas.
- El consumo subirá en unas 59.800 toneladas; las importaciones bajarán aproximadamente en 13.300 toneladas y las exportaciones subirán unas 11.500 toneladas.
- Los precios hasta el momento alcanzan una cifra media para el virgen extra de 3,80 €/kg y para el lampante, de 2,68 €/kg.



3.4. Grecia

3.4.1. Datos históricos de la campaña 2014/15

Tabla 13

Evolución de producción, consumo, importación y exportación de Grecia

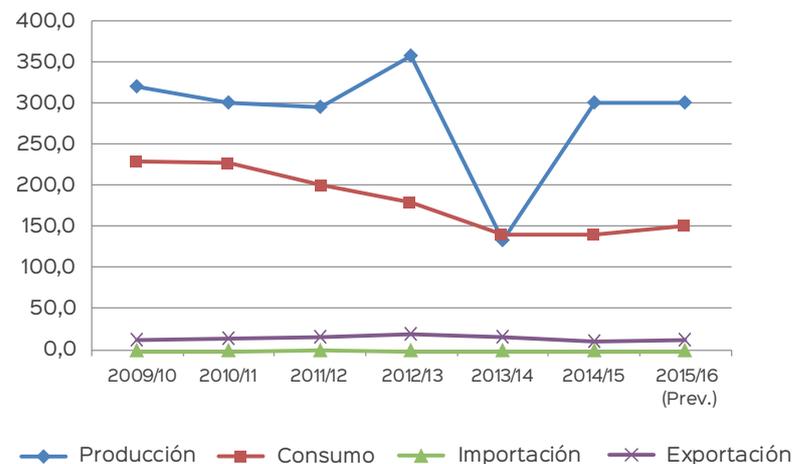
	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16 (Prev.)
Producción	320,0	301,0	294,6	357,9	132,0	300,0	300,0
Consumo	228,5	227,5	200,0	180,0	140,0	140,0	150,0
Importación	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Exportación	12,0	13,0	15,5	18,0	15,7	10,7	12,4

Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)

*No incluye las transacciones intracomunitarias

Gráfico 19

Evolución de producción, consumo, importación y exportación de Grecia



Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)

3.4.1.1. Producción

La producción de la campaña 2014/15 de aceite de oliva griego creció un 227% con respecto al año anterior y se situó en 300.000 toneladas, recuperando la cifra media de producción de las cosechas previas a 2013/14.

3.4.1.2. Consumo

Conforme a las cifras ofrecidas por el COI, la demanda interior fue de 140.000 toneladas. Dicha cantidad es similar a la de la campaña anterior.

3.4.1.3. Importaciones

Al igual que en campañas precedentes, las importaciones de Grecia provenientes de terceros países fueron nulas.



3.4.1.4. Exportaciones

La cifra de salidas a terceros países en la campaña 2014/15 fue de 10.700 toneladas, un 31,85% menores que en la campaña anterior y la más baja de las últimas cinco campañas.

3.4.1.5. Precios

Los precios del mercado griego se han obtenido para el aceite de oliva virgen extra de las regiones de Kalamata, Esparta y Creta; y para el virgen de Mitilene.

Según las fuentes de acceso público consultadas sobre precios de las regiones indicadas, entre la campaña 2013/2014 y la campaña 2014/15 los precios en Grecia aumentaron un 28,2% en el virgen extra y un 32,7% en el virgen.

Tabla 14

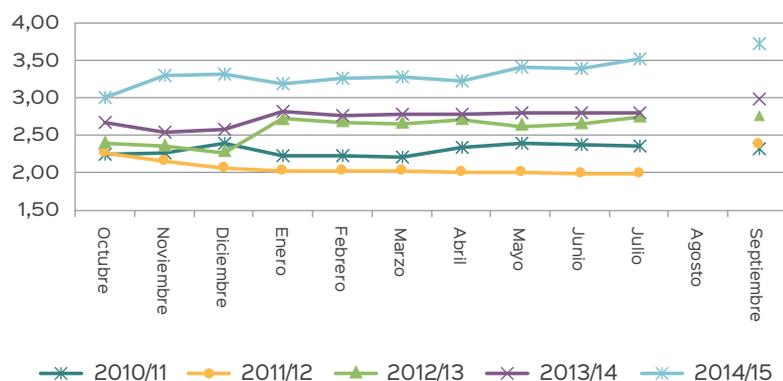
Precios de aceite de oliva virgen extra en Grecia

	En € / kgr.				
	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Octubre	2,240	2,260	2,398	2,663	2,997
Noviembre	2,260	2,150	2,365	2,543	3,307
Diciembre	2,390	2,070	2,262	2,580	3,320
Enero	2,220	2,020	2,720	2,817	3,197
Febrero	2,220	2,030	2,667	2,773	3,260
Marzo	2,200	2,020	2,660	2,790	3,280
Abril	2,330	2,010	2,710	2,783	3,230
Mayo	2,400	2,000	2,620	2,803	3,407
Junio	2,370	1,990	2,660	2,807	3,393
Julio	2,360	1,990	2,750	2,797	3,517
Agosto					
Septiembre	2,320	2,380	2,760	2,983	3,733
Ø campaña	2,301	2,084	2,597	2,758	3,331
Inc.vs.C.A.		-9,4%	12,9%	32,4%	28,2%
base 100 = 2010/11	100,0	91	112,9	119,9	144,8
TACC 2010/11-14/15					16,9%

Fuente: Deoleo. Elaboración propia

Gráfico 20

Precios de aceite de oliva virgen extra en Grecia (€/kg)



Fuente: Deoleo. Elaboración propia

Tabla 15

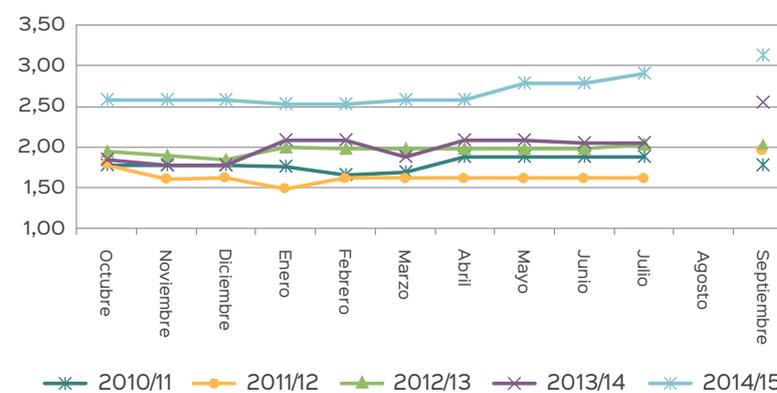
Precios de aceite de oliva virgen en Grecia

	En € / kgr.				
	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Octubre	1,770	1,770	1,950	1,850	2,580
Noviembre	1,770	1,600	1,900	1,780	2,580
Diciembre	1,770	1,630	1,850	1,780	2,580
Enero	1,750	1,480	1,990	2,080	2,530
Febrero	1,660	1,630	1,980	2,080	2,530
Marzo	1,690	1,630	1,980	1,880	2,580
Abril	1,880	1,630	1,980	2,080	2,580
Mayo	1,880	1,630	1,980	2,080	2,780
Junio	1,880	1,630	1,980	2,050	2,780
Julio	1,880	1,630	2,030	2,050	2,900
Agosto					
Septiembre	1,780	1,950	2,030	2,550	3,130
Ø campaña	1,792	1,655	1,968	2,024	2,686
Inc.vs.C.A.		-7,6%	18,9%	2,8%	32,7%
base 100 = 2010/11	100,0	92,4	109,8	112,9	149,9
TACC 2010/11-14/15					8,4%

Fuente: Deoleo. Elaboración propia

Gráfico 21

Precios de aceite de oliva virgen en Grecia (€/kg)



Fuente: Deoleo. Elaboración propia

3.4.1.6. Comentario general

La cosecha griega recuperó la producción media que venía teniendo sobre las 300.000 toneladas, pero, al igual que Italia, se vio afectada por la coyuntura mundial, lastrada por la escasa cosecha en España, lo cual provocó inflación en el mercado del aceite de oliva. Igualmente las restricciones financieras del país heleno hicieron aún más significativa la referencia al mercado mundial y, sobre todo, a España.

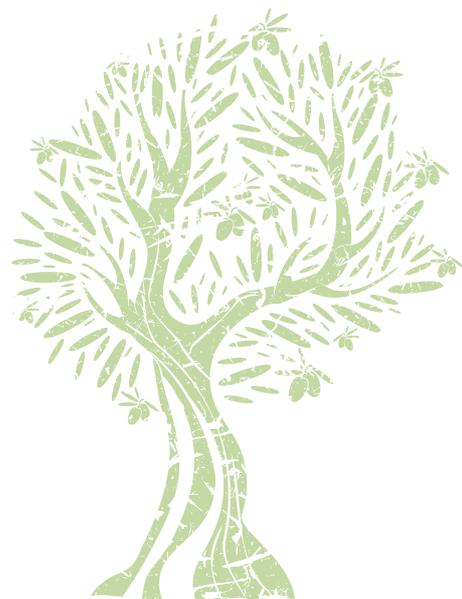


3.4.2. Estimaciones de producción de la campaña 2015/16

La previsión del COI para la campaña griega 2015/16 es de 300.000 toneladas. Estas estimaciones no suponen una subida con respecto a 2014/15. Aun siendo una campaña buena, los precios seguirán la tendencia que marque el mercado español.

3.4.3. Conclusiones sobre la campaña 2015/16

- Las estimaciones del COI indican que se mantendrá la producción con respecto al año anterior, aunque, según estimaciones de Deoleo, estará en torno a las 270.000 toneladas.
- Habrá variaciones mínimas en consumo, que subirá en unas 10.000 toneladas.
- Se mantendrá la tónica general en las importaciones, que tienden a cero.
- Los precios medios hasta el momento de la campaña 2015/16 son de 3,39 €/kg para el virgen extra y de 2,85 €/kg para el virgen.



3.5. Túnez

3.5.1. Datos históricos de la campaña 2014/15

Tabla 16

Evolución producción, consumo, importación y exportación de Túnez

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16 (Prev.)
Producción	150,0	120,0	182,0	220,0	70,0	340,0	140,0
Consumo	30,0	30,0	35,0	40,0	37,0	30,0	35,0
Importación	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Exportación	97,0	108,0	129,5	170,0	58,0	303,0	115,0

Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)

Gráfico 22

Evolución de producción, consumo, importación y exportación de Túnez



Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)

3.5.1.1. Producción

La gran producción de Túnez en la campaña 2014/15, según datos del COI, fue de 340.000 toneladas; esto supuso un aumento de 270.000 toneladas con respecto a la producción de la campaña 2013/14, que fue de 70.000 toneladas.

3.5.1.2. Consumo

Conforme a las cifras ofrecidas por el COI, el consumo interno en Túnez fue de unas 30.000 toneladas en 2014/15. Se confirma así la tendencia a un consumo medio de 33.000 toneladas, lo que supone un 30% de la producción, aunque con la gran cosecha 2014/15 el ratio producción-consumo se sitúa en torno al 9%.

3.5.1.3. Importaciones

Como sucede en otros países productores, por ejemplo en Grecia, Túnez cubre su demanda interna con su propia producción, por lo que no se registran importaciones.



3.5.1.4. Exportaciones

Tras las 58.000 toneladas de la cosecha 2013/14, en la cosecha 2014/15 y por la abundante producción nacional, las exportaciones crecieron hasta las 303.000 toneladas. En gran medida este aumento de exportaciones se debió a la escasez del mercado en España.

3.5.1.5. Precios

Tal y como reflejan las fuentes de acceso público sobre los precios del aceite virgen extra tunecino en la región de Sfax, durante la campaña 2014/15 el precio medio fue de 3,14 €/kg, con un valor mínimo de 2,78 €/kg en enero y un valor máximo de 3,98 €/kg en septiembre, lo que produjo una volatilidad del 1,2 €/kg.

Tabla 17

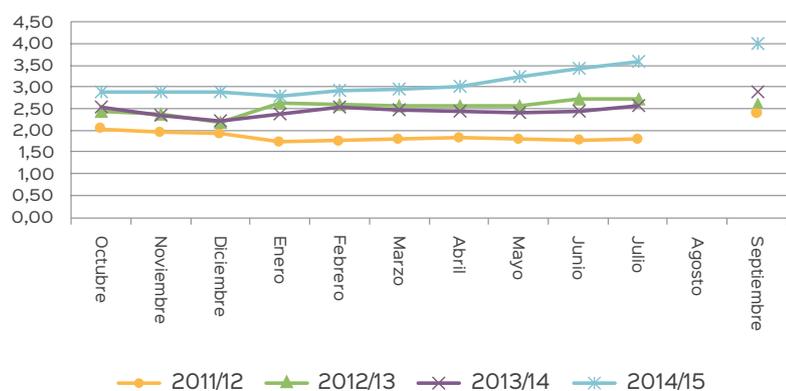
Precios de aceite de oliva virgen extra en Túnez

	En € / kgr.			
	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15
Octubre	2,035	2,430	2,530	2,890
Noviembre	1,948	2,380	2,330	2,880
Diciembre	1,917	2,180	2,230	2,880
Enero	1,730	2,620	2,370	2,780
Febrero	1,760	2,610	2,530	2,930
Marzo	1,800	2,580	2,480	2,950
Abril	1,820	2,580	2,450	3,000
Mayo	1,790	2,580	2,410	3,230
Junio	1,770	2,720	2,450	3,430
Julio	1,800	2,730	2,550	3,580
Agosto				
Septiembre	2,360	2,620	2,890	3,980
Ø campaña	1,885	2,548	2,475	3,139
Inc.vs.C.A.		35,2%	-2,9%	26,9%
base 100 = 20010/11	100	135,2	131,3	166,6
TACC 2011/12-14/15				13,6%

Fuente: Deoleo. Elaboración propia

Gráfico 23

Precios de aceite de oliva virgen extra en Túnez (€/kg)



Fuente: Deoleo. Elaboración propia

3.5.1.6. Comentario general

La importancia de la cosecha de Túnez en la campaña 2014/15 fue determinante debido a su perfil exportador, lo que convirtió a este país en abastecedor de mercados como el español o el italiano.

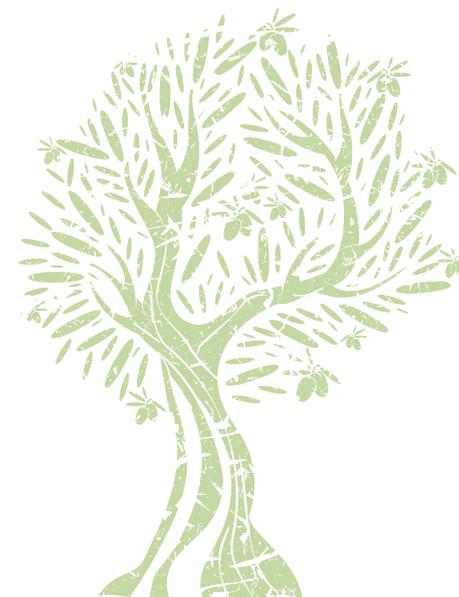
3.5.2. Estimaciones de producción para la campaña 2015/16

El COI situó la producción tunecina de aceite de oliva para la campaña 2015/16 en 140.000 toneladas, muy por debajo de las 340.000 de la campaña precedente.

La previsión de Deoleo sobre Túnez está en línea con las estimaciones del COI.

3.5.3. Conclusiones sobre la campaña 2015/16

- La producción de Túnez en la campaña 2015/16 bajará un 58,82%, según el COI.
- Las exportaciones pueden tener un papel importante aunque no significativo.
- Las calidades de países como Túnez están siendo atractivas para las exportaciones de envasadores a países como Estados Unidos.
- El precio medio de la campaña 2015/16 para el virgen extra es de 3,37 €/kg.
- La previsión de Deoleo cifra la producción de Túnez en 145.000 toneladas.





3.6. Cuenca mediterránea

3.6.1. Datos históricos de la campaña 2014/15

3.6.1.1. Producción

A continuación se incluyen los datos del resto de países de la cuenca mediterránea, no solo por su relevancia en cifras, sino también por su importancia cultural e histórica en el aceite de oliva. Dentro de la cuenca mediterránea englobamos, por su situación geográfica, a Turquía, Marruecos, Siria, Portugal, Argelia y Jordania.

Desde la campaña 2011/12 la producción en estos países viene sufriendo una caída muy significativa fundamentalmente por la disminución de la producción en Siria.

En la campaña 2014/15 estos países representaron el 22,44% de la producción mundial.

Tabla 18

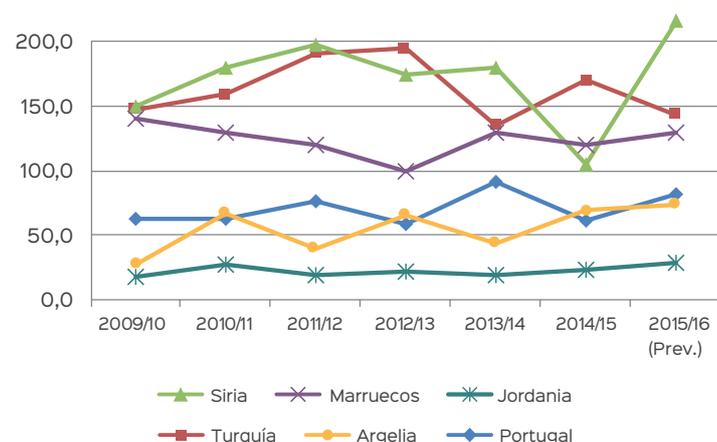
Evolución producción. Cuenca mediterránea

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16 (Prev.)
Portugal	62,5	62,9	76,2	59,2	91,6	61,0	82,0
Turquía	147,0	160,0	191,0	195,0	135,0	170,0	143,0
Siria	150,0	180,0	198,0	175,0	180,0	105,0	215,0
Marruecos	140,0	130,0	120,0	100,0	130,0	120,0	130,0
Jordania	17,0	27,0	19,5	21,5	19,0	23,0	29,0
Argelia	26,5	67,0	39,5	66,0	44,0	69,5	73,5
Total	543,0	626,9	644,2	616,7	599,6	548,5	672,5

Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)

Gráfico 24

Evolución producción. Cuenca mediterránea



Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)

3.6.1.2. Exportaciones

Las exportaciones de Portugal, Turquía, Siria, Marruecos, Jordania y Argelia cayeron hasta las 90.000 toneladas, un 23% por debajo de la cifra del año anterior,

lo que rompió por completo la serie histórica de exportaciones por encima de 105.000 toneladas.

Tabla 19

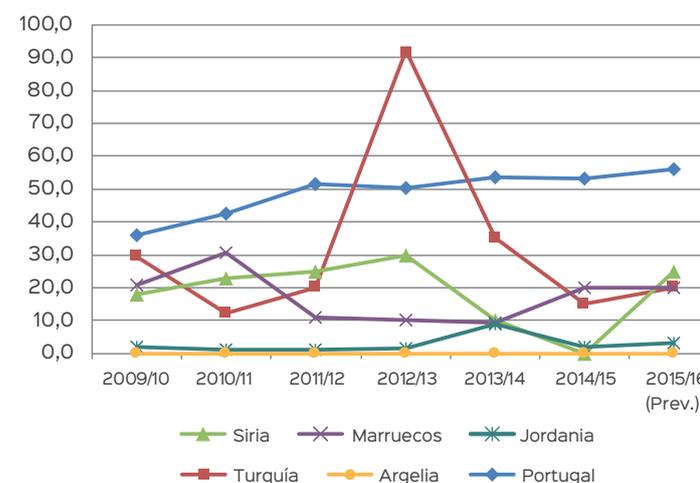
Evolución exportación. Cuenca mediterránea

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16 (Prev.)
Portugal	35,8	42,7	51,5	50,5	53,8	53,0	56,0
Turquía	29,5	12,0	20,0	92,0	35,0	15,0	20,0
Siria	18,0	23,0	25,0	30,0	10,0	0,0	25,0
Marruecos	21,0	30,5	11,0	10,0	9,5	20,0	20,0
Jordania	2,0	1,0	1,0	1,5	9,0	2,0	3,0
Argelia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	106,3	109,2	108,5	184,0	117,3	90,0	124,0

Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)

Gráfico 25

Evolución exportación. Cuenca mediterránea



Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)

3.6.2. Estimaciones de producción de la campaña 2015/16

- La producción se estima en 672.500 toneladas.
- La producción de estos países con respecto a la producción mundial seguirá representando una cifra superior al 22%.
- Se espera una cifra muy positiva al reactivarse previsiblemente la cosecha en Siria.
- Las exportaciones, según el COI, pasarían de 90.000 toneladas a 124.000 toneladas, consolidándose así un crecimiento muy pronunciado.
- A diferencia de la estimación del COI, Deoleo prevé que la producción de Portugal se sitúe en 100.000 toneladas, Turquía, en aproximadamente 135.000 toneladas, y Siria, en 145.000.



3.7. Resto del mundo: hemisferio sur

El mercado del aceite de oliva, al igual que otros productos, se ha globalizado tanto a nivel de consumo como de producción. Para explicarlo, en esta sección tomamos como referencia tres países del hemisferio sur con un claro perfil productor. El hecho de que se encuentren en dicho hemisferio les confiere el atractivo añadido de generar productos frescos de nueva cosecha en épocas en las que en la cuenca mediterránea empiezan a escasear.

A continuación analizamos Australia, Argentina y Chile por orden de importancia en cuanto a volumen de producción en la campaña 2014/15.

3.7.1. Datos históricos de la campaña 2014/15

3.7.1.1. Producción

Las producciones agregadas de este grupo de países en la campaña 2014/15 alcanzaron las 41.000 toneladas. Destaca el caso de Argentina que, con un total de 6.000 toneladas, sufrió una caída del 80%, lo cual, en términos globales netos entre los tres países, resultó en 17.500 toneladas menos con respecto a la campaña 2013/15. Chile, de forma leve, y Australia, con mayor ritmo, crecieron en 7.000 toneladas.

Tabla 20

Evolución producción. Hemisferio sur

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16 (Prev.)
Chile	12,0	16,0	21,5	15,0	15,0	15,5	16,5
Argentina	17,0	20,0	32,0	17,0	30,0	6,0	25,0
Australia	18,0	18,0	15,5	9,5	13,5	19,5	18,0
Total	47,0	54,0	69,0	41,5	58,5	41,0	59,5

Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)

3.7.1.2. Exportaciones

En lo que se refiere a las exportaciones, Chile, Argentina y Australia sumaron 23.500 toneladas, lo que supuso un decrecimiento del 34,72% con respecto a la campaña anterior.

Argentina, con su escasa producción, provocó casi la totalidad de esta bajada en exportaciones, ya que sus ventas al exterior cayeron en 12.000 toneladas.

Tabla 21

Evolución exportación. Hemisferio sur

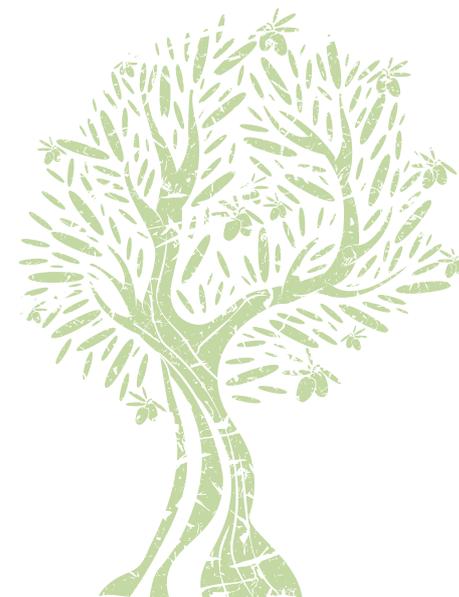
	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16 (Prev.)
Chile	3,0	6,5	10,0	10,0	10,0	9,5	10,5
Argentina	19,0	12,0	23,5	12,0	21,5	9,5	17,5
Australia	8,0	6,0	6,5	2,5	4,5	4,5	4,5
Total	30,0	24,5	40,0	24,5	36,0	23,5	32,5

Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)

3.7.2. Estimaciones de producción de la campaña 2015/16

Estimaciones del COI para la campaña 2015/16 en estos países del hemisferio sur:

- Se alcanzarán las 59.500 toneladas de producción conjunta, lo que supondrá un crecimiento del 45% con respecto al año anterior.
- El aumento de la producción desencadenará también el incremento de las exportaciones, que se cifran en 32.500 para la presente campaña.





3.8. Otros países de consumo relevante

3.8.1. Datos históricos de la campaña 2014/15

En este apartado se analiza la situación de algunos países relevantes ya sea porque su consumo actual es muy representativo dentro del mercado mundial o porque tienen un gran potencial de crecimiento.

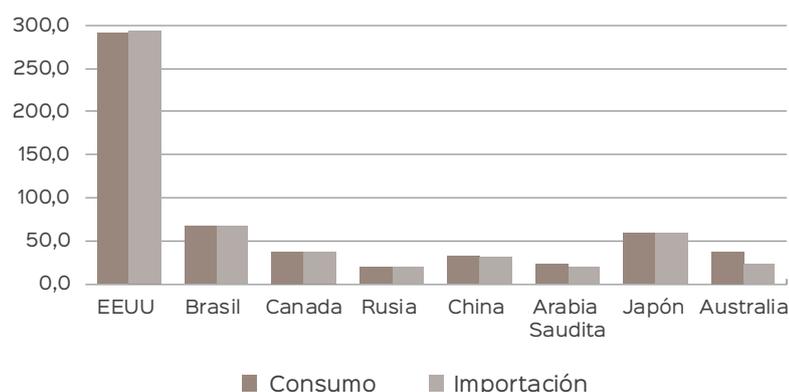
Dentro de este grupo hay países productores que aún no alcanzan a cubrir sus necesidades de consumo, como Estados Unidos y Australia; y por otro lado están los países consumidores sin producción, como Brasil, Canadá, Rusia, China, Arabia Saudita, Japón, Alemania, Reino Unido o Bélgica.

Según el COI, el conjunto de estos países consumió en 2014/15 un total de 695.500 toneladas, cifra estable pero inferior en 4,2% con respecto a las 726.000 toneladas de la campaña anterior. Las importaciones también se mantuvieron estables, en torno a 552.900 toneladas*.

*Esta cifra no tiene en cuenta el comercio intracomunitario de Alemania, Bélgica y Reino Unido.

Gráfico 26

Consumo/importación campaña 2014/15 de países con alto consumo y potenciales



Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)

Tabla 22

Evolución consumo de otros países con alto consumo y potenciales

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16 (Prev.)
EEUU	258,0	275,0	300,0	287,0	301,5	290,0	308,0
Brasil	50,5	61,5	68,0	73,0	72,5	66,5	66,5
Canadá	37,0	40,0	39,5	37,0	40,5	37,5	38,5
Alemania	50,1	58,8	61,0	60,5	59,8	58,7	58,2
Reino Unido	55,3	69,5	59,2	62,0	61,3	58,9	58,7
Bélgica	12,3	13,7	13,4	13,8	15,4	14,9	15,3

Rusia	22,0	21,0	24,0	27,0	30,0	20,0	21,0
China	18,0	29,5	40,0	39,0	32,0	31,0	31,0
Japón	40,5	35,5	43,0	51,0	54,0	59,0	60,0
Australia	44,0	44,0	40,0	37,0	37,0	37,0	37,5
Arabia Saudita	6,5	15,0	16,0	21,0	22,0	22,0	22,0
Total	594,2	663,5	704,1	708,3	726,0	695,5	716,7

Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)

Tabla 23

Evolución importaciones de otros países con alto consumo y potenciales

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16 (Prev.)
EEUU	258,0	275,0	300,0	288,0	302,5	294,5	300,0
Brasil	50,5	61,5	68,0	73,0	72,5	66,5	66,5
Canadá	37,0	40,0	39,5	37,0	40,5	37,5	38,5
Alemania*	0,2	0,8	0,6	0,4	0,7	0,3	0,3
Reino Unido*	0,1	0,3	0,3	0,3	0,4	0,7	0,7
Bélgica*	1,0	1,4	0,7	0,9	0,7	1,4	1,4
Rusia	22,0	21,0	24,0	27,0	30,0	20,0	21,0
China	18,0	29,5	40,0	39,0	32,0	31,0	31,0
Japón	40,5	35,5	43,0	51,0	54,0	59,0	60,0
Australia	35,0	32,0	31,5	28,5	28,0	22,0	24,0
Arabia Saudita	5,5	13,5	13,5	19,5	20,0	20,0	20,0
Total	467,8	510,5	561,1	564,6	581,3	552,9	563,4

Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)

* No incluye el comercio intracomunitario

3.8.2. Estimaciones de consumo para la campaña 2015/16

Estimaciones del COI para estos países a noviembre de 2015:

- Los países considerados por Deoleo como significativos por su nivel y potencial de consumo alcanzarán un consumo global de 716.700 toneladas. Estados Unidos lidera este ranking con un consumo de 308.000 toneladas.
- Las importaciones se mantendrán estables.
- El consumo vuelve a cifras por encima de las 700.000 toneladas, lo que hace percibir una recuperación después del efecto negativo de los elevados precios que se alcanzaron en la campaña 2014/15.

4. Resumen

4.1. Producción

Datos de producción del COI a noviembre de 2015:

Tabla 24
Producción

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16 (Prev.)
Chipre	4,2	6,5	6,5	5,6	3,8	6,2	6,0
Croacia	5,0	5,0	4,0	4,0	4,6	1,0	5,6
España	1401,5	1391,9	1615,0	618,2	1781,5	841,2	1300,0
Francia	5,7	6,1	3,2	5,1	4,8	1,9	5,5
Grecia	320,0	301,0	294,6	357,9	132,0	300,0	300,0
Italia	430,0	440,0	399,2	415,5	463,7	222,0	350,0
Portugal	62,5	62,9	76,2	59,2	91,6	61,0	82,0
Eslovenia	0,7	0,7	0,5	0,2	0,6	0,2	0,4
UE	2.229,6	2.214,1	2.399,2	1.465,7	2.482,6	1.433,5	2.049,5
Albania	5,0	8,0	7,0	12,0	10,5	11,0	10,5
Argelia	26,5	67,0	39,5	66,0	44,0	69,5	73,5
Argentina	17,0	20,0	32,0	17,0	30,0	6,0	25,0
Egipto	3,0	4,0	9,0	16,5	20,0	21,0	25,0
Irán	4,0	4,0	7,0	3,5	5,0	4,5	6,5
Israel	3,5	12,5	13,0	18,0	15,0	17,5	14,0
Jordania	17,0	27,0	19,5	21,5	19,0	23,0	29,0
Libano	9,0	32,0	14,0	14,0	16,5	21,0	20,0
Libia	15,0	15,0	15,0	15,0	18,0	15,5	18,0
Marruecos	140,0	130,0	120,0	100,0	130,0	120,0	130,0
Montenegro	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Siría	150,0	180,0	198,0	175,0	180,0	105,0	215,0
Túnez	150,0	120,0	182,0	220,0	70,0	340,0	140,0
Turquía	147,0	160,0	191,0	195,0	135,0	170,0	143,0
Uruguay					0,5	1,0	1,0
COI	2.917,1	2.994,1	3.246,7	2.339,7	3.176,6	2.359,0	2.900,5
Arabia Saudita	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0
Australia	18,0	18,0	15,5	9,5	13,5	19,5	18,0
Chile	12,0	16,0	21,5	15,0	15,0	15,5	16,5
EEUU	3,0	4,0	4,0	4,0	12,0	8,0	14,0
Palestina	5,5	25,0	15,5	15,5	17,5	24,5	22,0
Otros países productores	15,0	15,0	15,0	15,0	14,5	14,5	14,5
NO COI	56,5	81,0	74,5	62,0	75,5	85,0	88,0
TOTAL	2.973,6	3.075,1	3.321,2	2.401,7	3.252,1	2.444,0	2.988,5

Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)





4.2. Consumo

Datos de consumo del COI a noviembre de 2015:

Tabla 25

Consumo

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16 (Prev.)
Chipre	5,0	6,5	6,3	6,0	6,3	6,3	6,3
Croacia	6,5	7,0	6,0	6,0	7,1	4,4	7,0
España	539,4	554,2	574,0	486,9	524,8	490,0	490,0
Francia	114,8	112,8	112,0	113,1	110,6	92,9	103,0
Grecia	228,5	227,5	200,0	180,0	140,0	140,0	150,0
Italia	675,7	660,0	610,0	550,0	641,1	521,0	580,8
Malta	0,7	0,6	0,7	0,7	1,3	1,3	1,2
Portugal	87,8	82,0	78,0	74,0	75,0	73,7	74,0
Eslovenia	2,0	2,1	1,9	1,9	2,3	2,0	2,0
Otros	192,1	220,8	207,4	208,8	222,4	200,8	200,7
UE	1.852,5	1.873,5	1.796,3	1.627,4	1.730,9	1.532,4	1.615,0
Albania	6,0	9,0	8,0	13,0	11,5	12,0	12,0
Argelia	33,5	59,0	42,5	60,5	48,5	64,5	72,5
Argentina	5,0	5,5	6,0	6,0	6,5	4,0	6,0
Egipto	7,0	5,0	7,5	12,0	18,5	20,0	23,0
Irán	6,5	7,5	11,0	8,5	10,0	10,0	13,0
Irak	8,5	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0
Israel	16,5	17,0	15,5	19,5	20,0	20,0	20,0
Jordania	20,0	20,0	17,0	20,0	25,0	21,0	23,0
Libano	9,5	20,0	20,0	20,0	18,0	20,0	18,0
Libia	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,5	15,0
Marruecos	90,0	100,0	122,0	129,0	120,0	120,0	120,0
Montenegro	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Siria	120,5	130,5	135,5	160,5	170,5	126,0	170,5
Túnez	30,0	30,0	35,0	40,0	37,0	30,0	35,0
Turquía	110,0	131,0	150,0	150,0	105,0	146,5	124,0
Uruguay					1,5	2,0	2,0
COI	2.331,0	2.429,5	2.387,8	2.287,9	2.344,4	2.150,4	2.275,5
Arabia Saudita	6,5	15,0	16,0	21,0	22,0	22,0	22,0
Australia	44,0	44,0	40,0	37,0	37,0	37,0	37,5
Brasil	50,5	61,5	68,0	73,0	72,5	66,5	66,5
Canada	37,0	40,0	39,5	37,0	40,5	37,5	38,5
Chile	9,0	10,0	13,0	6,0	5,0	6,0	6,0
China	18,0	29,5	40,0	39,0	32,0	31,0	31,0
EEUU	258,0	275,0	300,0	287,0	301,5	290,0	308,0
Japón	40,5	35,5	43,0	51,0	54,0	59,0	60,0
Méjico	9,0	10,0	11,5	14,0	14,0	14,0	14,0
Noruega	3,5	3,0	3,0	3,5	4,0	4,0	4,0
Palestina	8,0	16,0	13,5	13,5	15,0	17,0	16,0
Rusia	22,0	21,0	24,0	27,0	30,0	20,0	21,0
Suiza	13,0	13,0	13,5	13,5	13,5	13,5	14,0
Taiwan	4,0	5,0	5,0	6,0	8,5	8,5	8,5
Otros países productores	13,0	13,0	13,0	13,0	11,5	11,5	11,5
Otros países no productores	35,0	40,0	55,0	60,0	70,0	70,0	55,0
NO COI	571,0	631,5	698,0	701,5	731,0	707,5	713,5
TOTAL	2.902,0	3.061,0	3.085,8	2.989,4	3.075,4	2.857,9	2.989,0

Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)

4.3. Importaciones

Datos de importaciones según el COI a noviembre de 2015:

Tabla 26

Importaciones

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16 (Prev.)
Croacia	1,5	2,0	2,5	2,5	0,0	0,2	0,6
España	13,7	14,7	14,2	54,7	14,4	102,0	50,0
Francia	4,7	6,3	6,7	8,9	7,3	9,0	8,1
Grecia	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Italia	56,3	58,0	73,9	79,2	26,8	79,3	66,0
Portugal	1,1	0,0	0,1	8,1	2,1	2,5	2,5
Eslovenia	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Otros	2,1	3,3	1,6	2,3	2,6	5,5	5,6
UE	79,5	84,3	99,1	155,7	53,2	198,5	132,8
Albania	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,5
Argelia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Egipto	4,0	1,0	1,5	1,0	1,0	0,0	0,0
Irán	3,0	3,5	4,5	4,0	5,0	5,5	7,0
Irak	8,5	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0
Israel	13,0	7,5	3,0	3,0	4,5	2,5	6,0
Jordania	5,0	15,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Libano	3,0	0,0	2,5	2,5	4,5	5,0	4,0
Marruecos	0,0	4,0	0,0	16,0	9,5	7,0	6,0
Siria	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Turquía	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0
Uruguay					1,0	1,0	1,0
COI	117,0	122,3	117,6	189,2	85,7	227,5	164,3
Arabia Saudita	5,5	13,5	13,5	19,5	20,0	20,0	20,0
Australia	35,0	32,0	31,5	28,5	28,0	22,0	24,0
Brasil	50,5	61,5	68,0	73,0	72,5	66,5	66,5
Canada	37,0	40,0	39,5	37,0	40,5	37,5	38,5
Chile	0,5	0,5	1,0	0,5	1,0	0,5	0,5
China	18,0	29,5	40,0	39,0	32,0	31,0	31,0
EEUU	258,0	275,0	300,0	288,0	302,5	294,5	300,0
Japón	40,5	35,5	43,0	51,0	54,0	59,0	60,0
Méjico	9,0	10,0	11,5	14,5	15,5	14,5	14,5
Noruega	3,5	3,0	3,0	3,5	4,0	4,0	4,0
Palestina	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rusia	22,0	21,0	24,0	27,0	30,0	20,0	21,0
Suiza	13,0	13,0	13,5	13,5	13,5	13,5	14,0
Taiwan	4,0	5,0	5,0	6,0	8,5	8,5	8,5
Otros países productores	3,0	3,0	3,0	3,0	2,0	2,0	2,0
Otros países no productores	35,0	40,0	55,0	60,0	70,0	70,0	55,0
NO COI	535,0	582,5	651,5	664,0	694,0	663,5	659,5
TOTAL	652,0	704,8	769,1	853,2	779,7	891,0	823,8

Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)



4.4. Exportaciones

Datos de exportaciones del COI a noviembre de 2015:

Tabla 27
Exportaciones

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16 (Prev.)
Chipre	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1
Croacia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,2
España	196,5	196,2	248,0	197,6	289,7	225,0	235,0
Francia	1,4	1,8	1,9	1,7	2,3	1,8	2,1
Grecia	12,0	13,0	15,5	18,0	15,7	10,7	12,4
Italia	195,1	223,5	233,2	217,6	233,3	208,0	219,5
Portugal	35,8	42,7	51,5	50,5	53,8	53,0	56,0
Eslovenia	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1
Otros	3,6	4,0	5,2	5,9	5,8	5,3	5,0
UE	444,4	481,3	555,5	491,4	600,7	504,0	530,4
Argelia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Argentina	19,0	12,0	23,5	12,0	21,5	9,5	17,5
Egipto	0,0	0,0	3,0	4,0	2,0	2,5	3,0
Israel	0,0	0,0	0,5	0,5	0,5	0,0	0,0
Jordania	2,0	1,0	1,0	1,5	9,0	2,0	3,0
Libano	3,0	3,0	4,0	4,0	6,0	5,5	5,5
Libia	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	0,0
Marruecos	21,0	30,5	11,0	10,0	9,5	20,0	20,0
Siria	18,0	23,0	25,0	30,0	10,0	0,0	25,0
Túnez	97,0	108,0	129,5	170,0	58,0	303,0	115,0
Turquía	29,5	12,0	20,0	92,0	35,0	15,0	20,0
COI	633,9	670,8	773,0	815,4	754,2	861,5	739,4
Arabia Saudita	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Australia	8,0	6,0	6,5	2,5	4,5	4,5	4,5
Chile	3,0	6,5	10,0	10,0	10,0	9,5	10,5
EEUU	2,5	3,0	4,5	6,0	5,5	6,0	8,0
Méjico	0,0	0,0	0,0	0,5	1,5	0,5	0,5
Palestina	0,5	4,0	3,5	3,5	4,0	6,5	6,0
Otros países productores	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
NO COI	19,5	25,0	30,0	28,0	31,0	32,5	35,0
TOTAL	653,4	695,8	803,0	843,4	785,2	894,0	774,4

Fuente: COI (noviembre 2015) (En miles de Tm)

4.5. Resumen estimaciones Deoleo

A continuación se detallan las estimaciones de Deoleo en cuanto a producción en la campaña actual 2015/16 en los principales países productores de la cuenca mediterránea:

	2015
ESPAÑA	1.400
ITALIA	350
GRECIA	270
TÚNEZ	145
MARRUECOS	130
TURQUÍA	135
PORTUGAL	100
Total	2.530

Fuente: Deoleo (En miles de Tm)

Gráfico 27
Previsión producción



Fuente: Deoleo (En miles de Tm)

deoleo

