

PUBLICORREO



# EL MANZANILLO

manzanillaOlive



*Manzanilla Olive  
renueva su imagen  
en internet*

www.manzanillaolive.es

# manzanillaOlive

El sabor de Sevilla

## SUMARIO

- 1 Renovamos la imagen en internet. Pag. 2
- 2 Los pronósticos se cumplen, Manzanilla Olive sigue creciendo: El Aceite de Oliva. Pag. 4
- 3 Nuestras Cooperativas: Ntra. Sra. Del Rosario de Fuentes de Andalucía. Pag. 6
- 4 La IGP de las aceitunas Manzanilla Y Gordal de Sevilla: Un proyecto basado en la investigación. Pag. 10
- 5 Los atributos de una producción ecológica: Sostenibilidad, Seguridad y Salud. Pag. 12
- 6 Nueva campaña de fotos en Manzanilla Olive: "Somos Manzanilla Olive". Pag. 16
- 7 La Seguridad Alimentaria, un objetivo común. Pag. 17
- 8 Recetario: "Daditos de pescado con aceitunas". Pag. 19
- 9 Las aventuras de Gordalete y Manzanilla, la recolección manual y el empleo. Pag. 20



## NUESTRAS COOPERATIVAS DE BASE:

Ntra. Sra. de las Virtudes SCA  
(La Puebla de Cazalla, Sevilla)

San José SCA  
(La Puebla de Cazalla, Sevilla)

Labradores de la Campiña SCA  
(Arahal, Sevilla)

SAT Aceituna de Verdeo  
(Paradas, Sevilla)

Mairena Agrícola SCA  
(Mairena del Alcor, Sevilla)

Agrícola Carmonense SCA  
(Carmona, Sevilla)

Olivarera La Campana  
(La Campana, Sevilla)

Ntra. Sra. Del Rosario SCA  
(Fuentes de Andalucía, Sevilla)

San Antón SCA  
(Pruna, Sevilla)

## EDICIÓN Nº 5

Noviembre 2015

Publicación trimestral

Grupo Manzanilla Olive S. Coop. And.

Ctra. (A-362) Utrera-Los Palacios km 3,5

Apto. Correos 51

41710 Utrera ( Sevilla )

T. +34 954 863 395

F. +34 954 873 662

www.manzanillaolive.es

comunicaciones@manzanillaolive.es

## IMPRIME Y MAQUETA

Ibergrafic Morón

## IMPRIME Y MAQUETA

Ibergrafic Morón

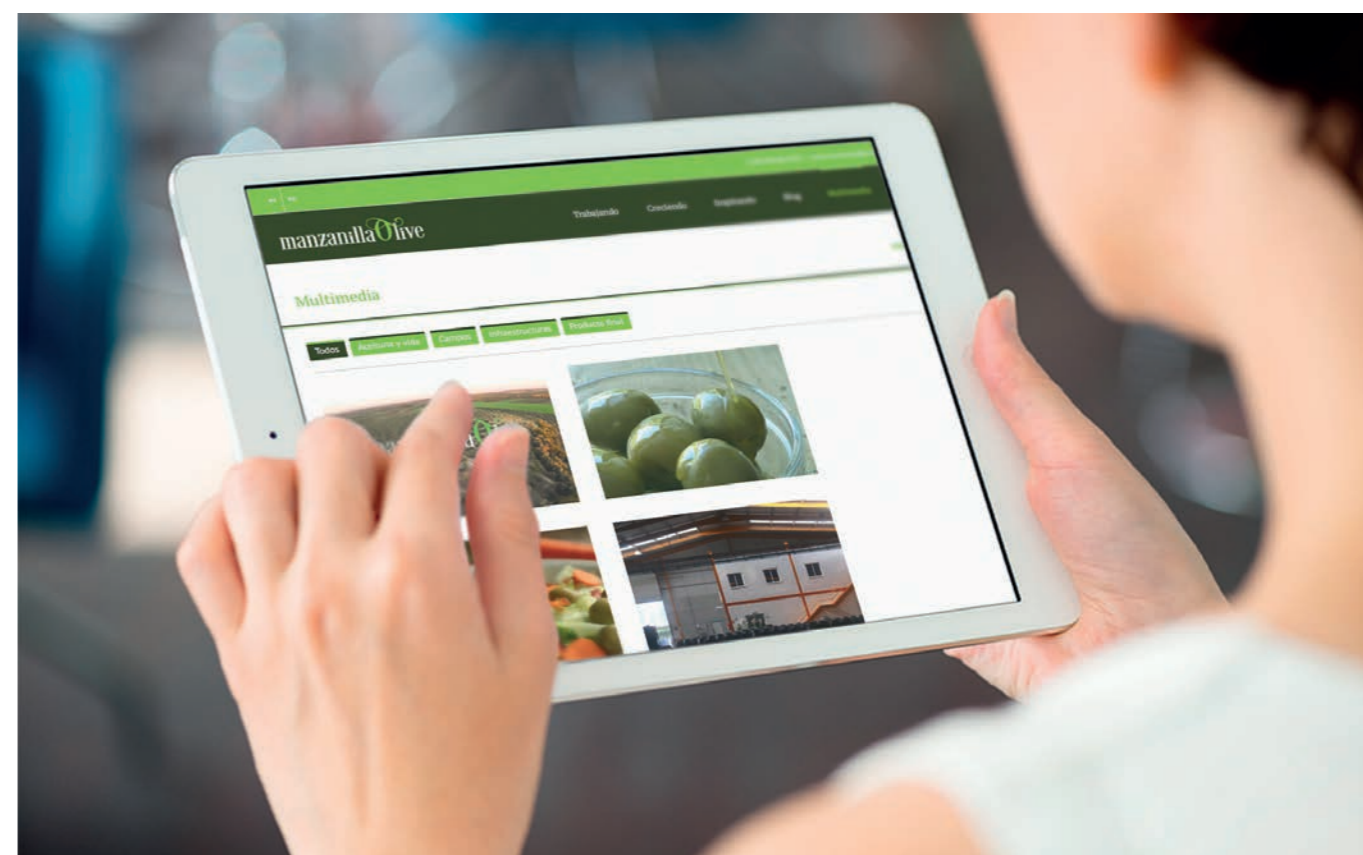
## DISTRIBUYE

Grupo Manzanilla Olive S. Coop. And.



## Renovamos la imagen en Internet

■ M<sup>a</sup> CARMEN MARTÍN QUERO. Departamento de Marketing



Enmarcada en el desarrollo de la Estrategia Global de Marketing, Manzanilla Olive estrena web corporativa, blog y perfiles en redes sociales, todo ello adaptado a la nueva imagen corporativa.

Asumimos con entusiasmo esta nueva oportunidad de compartir con nuestro usuario de internet, este nuevo espacio virtual diseñado para comunicar nuestra razón de ser, la pasión por lo que hacemos, la bondad de nuestras gentes, sus historias, sus sueños y el resultado de su trabajo.

Le mostramos cuales son las razones por las que Manzanilla Olive se fundó, el camino que se ha marcado y a la gente que con su trabajo y esfuerzo impulsa este proyecto, el proyecto de una gran familia.

*“Un espacio para todos, actual e interactivo”.*

El usuario de nuestra nueva web, tendrá la oportunidad de encontrar toda la información sobre quiénes son y lo que hacen, los que forman Manzanilla Olive, todo ello presentado con un diseño dinámico, actual y que invita a una navegación fácil, intuitiva e interactiva.

A partir de este momento, ManzanillaOlive espera, con esta nueva plataforma de comunicación, contar con la opinión y las sugerencias, pero no menospreciaremos las críticas que nos enseñen mejorar.

La nueva web cuenta además con un blog en el que informaremos a nuestros usuarios y

clientes de todas las novedades que vayamos publicando.

Por supuesto, son necesarias pausas en este viaje y que permitan tomar nota y reflexionar, por qué no, sobre los tres pilares que sustentan a Manzanilla Olive.

**“Trabajando”**, un trabajo que iniciaron generaciones de agricultores y a través del cual han ido cultivando la pasión por un producto excepcional. Hemos ido creciendo y ahora somos una gran familia de 6.000 miembros trabajando juntos, haciendo de la aceituna Manzanilla el producto tradicional de Sevilla.

**“Creciendo”**, nuestra aceituna Manzanilla es identidad, nutre nuestra biodiversidad y cultivada a través de variedades locales, este producto conserva las cualidades de lo tradicional sevillano, pero ahora y gracias a que Manzanilla Olive está aquí, lo compartimos con el resto del mundo.

**“Inspirando”**, desde la cocina de nuestras abuelas hasta los fogones de la alta cocina, son pocos los que no conocen las propiedades de la aceituna Manzanilla y Gordal sevillana que junto con el aceite de oliva son la base de la inspiración creativa de platos en todos los continentes dándoles un sabor muy nuestro.

Os proponemos no demorar más y comenzar ya el nuevo camino y que nuestro equipaje sea la compañía y la satisfacción de los que a través de nuestros productos y trabajo nos conocen.



Además puedes seguirnos en:



Miembros del Consejo Rector

## 2 Los pronósticos se cumplen, Manzanilla Olive sigue creciendo: El Aceite de Oliva

■ ANTONIO J. JIMÉNEZ HIDALGO. Dirección General



Entre los objetivos definidos en el Plan Estratégico de Manzanilla Olive 2015 - 2017, se encuentra definido la creación de una nueva Unidad de Negocio Estratégica para el aceite de oliva.

El pasado 14 de julio de 2015, tuvo lugar la presentación oficial de esta nueva Unidad de Negocio Estratégico, en la que miembros de las cooperativas de base, tuvieron la ocasión de participar en dicha presentación. Conocer de primera mano los argumentos para afrontar este nuevo reto, la responsabilidad que asumimos como Grupo y el impulso que tomamos en equipo. Todo ello con una meta, la de posicionar a Manzanilla Olive en el mercado nacional e internacional como empresa productora, envasadora y comercializadora de la aceituna de mesa y el aceite de oliva.

**“posicionar a Manzanilla Olive en el mercado nacional e internacional de la aceituna de mesa y el aceite de oliva.”**

La presentación corrió a cargo del Presidente de Manzanilla Olive, D. Manuel Guillén Jiménez y del Director General, D. Antonio J. Jiménez Hidalgo.

D. Manuel Gillén, basaba su argumento y razones

en el óptimo aprovechamiento de la estructura departamental ya creada en el Grupo, como son las áreas Financiera, Administrativa, Comercial, Calidad, Informática y de Marketing. Esta organización ya consolidada, supone reducir costos, puesto que nos encontramos ante una dimensión adecuada para poder afrontar el nuevo proyecto.

D. Antonio J. Jiménez Hidalgo, Director General de Manzanilla Olive, desarrollaba el discurso de presentación, con una elaborada



En la foto, Presidente y Director de Manzanilla Olive

ilustración, en la que era posible conocer, de forma pormenorizada, la evolución del mercado nacional e internacional del aceite de oliva.

En la propuesta de ampliación se pone de manifiesto que quienes deseen continuar en la actividad agroalimentaria, deben ser conscientes de que necesitan trabajar tres ejes fundamentales de desarrollo:

### **La competitividad.**

### **El valor añadido.**

### **La sostenibilidad.**

Manzanilla Olive tiene claro el camino a seguir y las previsiones de futuro para nuestro sector vaticinan que es preciso ganar en dimensión, en profesionalización, en colaboración, en la diversificación y en mejorar las cuotas de exportación de nuestros productos.

### **“Estamos en una economía cada vez más global y competitiva”**

Con este planteamiento, Manzanilla Olive, ha definido los pasos a seguir para que la nueva unidad de negocio del aceite de oliva tenga éxito y alcance sus objetivos:

- *La nueva unidad de negocio del aceite*

*de oliva se pondrá en marcha, con poca o prácticamente nula inversión en activos fijos en su primera etapa.*

- *Se aprovecharán las capacidades de envasado del grupo.*

- *Se ampliará el portfolio de Manzanilla Olive con el aceite de oliva, de manera que ofrezcamos a los clientes tanto aceitunas como aceite de oliva y tanto en mercado nacional como internacional.*

- *Vamos a potenciar nuestra actividad exportadora como objetivo estratégico en el medio y largo plazo.*

- *Potenciaremos el envasado, con una marca reconocida en el mercado tanto a nivel de aceituna de mesa como de aceite de oliva y buscando la estabilidad de precios de venta que los envasados suelen ofrecer sobre los graneles, y el valor añadido que aportan los envasados.*

- *El valor del aceite ecológico; se incluirá en nuestra oferta dado que la demanda de los productos ecológicos sigue en aumento.*

Llegados a este punto, queda seguir trabajando, apostando y velando por que la satisfacción y el interés de nuestros socios agricultores y nuestros clientes, sean los de Manzanilla Olive.

## **3 Nuestras Cooperativas: Ntra. Sra. del Rosario, Fuentes de Andalucía.**

■ MIGUEL FERNÁNDEZ MARTÍN. Presidente de la Cooperativa Ntra. Sra. del Rosario

La localidad de Fuentes de Andalucía se sitúa en las fértiles llanuras de la campiña sevillana, entre las cuencas de los ríos Genil y Corbones, situada a 62 km. de la capital hispalense y contando con un término municipal cuya extensión asciende a 150,09 km<sup>2</sup>.

Su orografía está formada por una planicie de

carácter terciario, con una suave inclinación y alterada por cerros testigos del levantamiento penibético, sobre uno de los cuales se encuentra enclavado el núcleo de población, con una altitud media de 100 m sobre el nivel del mar.

Su economía es, y así lo ha sido históricamente, de carácter eminentemente agrícola.



En este contexto geográfico es donde se sitúa y tiene su actividad la hoy denominada «Nuestra Señora del Rosario, Sociedad Cooperativa Andaluza». Una entidad que fue constituida oficialmente con fecha de 23 de marzo del año 1961 como Cooperativa del Campo, tomando su nominación de la patrona de la localidad y siendo su primer presidente José María Conde Moreno.

Eran unos años marcados por una difícil situación económica y social, tanto a nivel nacional como en términos locales, caracterizada por diferentes evoluciones que modificaron profundamente la agricultura generando éxodo rural de cientos de vecinos a otras regiones de España y Europa, desarrollo técnico, crisis en distintos sectores de producción.

Ante esta situación y en un ámbito geográfico donde la cultura del olivar y el cereal eran

predominantes, un grupo de 91 agricultores fontanegos dieron cuerpo a la Cooperativa «Ntra. Sra. del Rosario» para hacer frente a semejantes cambios y defender en el mercado la producción de sus tierras, en una época donde la extensión de olivar en el término municipal era considerablemente alta.

Debido a la poca rentabilidad de la aceituna «de molino», a lo largo de la década de 1960, el cultivo del olivar fue desapareciendo del término fontanego, pasando la superficie ocupada por éste a tierra calma. Este sustancial cambio provocó el aumento considerable de la producción de cereal, que vino a coincidir con la llegada de nuevos cultivos, como el girasol.

Ante la competitividad del mercado, para comercializar su cereal y en defensa de los intereses de los socios agricultores, la cooperativa forma parte de Cereales Sevilla S. Coop. And.

Y para comercializar su aceituna de mesa, forma parte, desde 2010, del Grupo Manzanilla Olive s. Coop. And. de 2º grado.

Desde 2005, el Consejo Rector está presidido por Miguel Fernández Martín, a lo largo de cuyo mandato se ha puesto en servicio un establecimiento de venta de productos agroalimentarios, repuestos y droguería con precios competitivos (2006); se ha pavimentado todo el patio de las instalaciones (2009) y adecentado todo el recinto; y se han construido dos nuevas naves para trigo y girasol (2010) ampliando el capital social, con capacidad para cuatro millones y medio de kilos.

La Cooperativa «Nuestra Señora del Rosario, S.C.A.» de Fuentes de Andalucía cuenta con 450 socios activos y unas modernas instalaciones con capacidad total de almacenamiento de

12.000 toneladas de cereal y 5.000 de girasol. La sociedad emplea a 8 trabajadores fijos durante todo el año, a los que hay que sumar 2 eventuales en campañas. Al año suministra una media de 800.000 euros en gasóleo A y B y tiene un volumen medio de negocio anual de más de 6 millones de euros.

Una entidad sobradamente activa y renovada, cuyo Consejo Rector y personal de dirección, administración y técnicos se esfuerzan día a día para prestar el mejor y más completo servicio a sus socios, y en constante adaptación a los cambios y necesidades del mercado agrario.

Actualmente se está creando un punto de recepción de aceituna de molino en nuestras instalaciones, con el objetivo de cubrir las necesidades de los socios de la cooperativa.

## FICHA DE LA COOPERATIVA

Consejo Rector:	Fundación:
Presidente: D. Miguel Fernández Martín	Socios: 450
Vicepresidente: D. José Barcia Crespo	Producción media: 20.000.000 kg, entre Cereales, Aceituna de Verdeo y Aceituna de Molino (nueva sección).
Secretario: D. Jose María Bejaranos Ramos	Facturación media: 7.000.000 €
Vocales: D. Manuel Pérez Fernández D. Ángel García Moreno D. Manuel Fernández Ruiz D. Mateo Alfonso Carmona D. Agustín Lora Hidalgo	Actividades: Comercialización productos agrícolas  Asociaciones a las que pertenece: CEREALES SEVILLA S.C.A., INSUFESE S.L. MANZANILLA OLIVE S.C.A. COOP. AGROALIMENTARIAS DEL SEVILLA (FAECA), OLIVARERA SEVILLANA S.C.A.
Gerente: D. Miguel Fernández Martín	Ntra. Sra. Del Rosario S. Coop. And. 41420, Fuentes de Andalucía (Sevilla) Teléfono: 954 837 201 - Fax: 954 837 636 n.s.rosario@terra.com www.cooperativarosario.com.

## OFERTA ESPECIAL ÚLTIMAS UNIDADES EN STOCK



## OFERTA ESPECIAL HASTA EL 31 DE OCTUBRE O FIN DE EXISTENCIAS

**\*Financiación a 3 años al 0%**

**y ahora SEGURO de regalo**



ESPECIALISTAS EN TU ÉXITO  
www.newholland.es

\*T.A.E.: 0,95%. Ejemplo calculado para una operación de préstamo de 10.000 €, 36 cuotas mensuales de 283,60 €. Comisión de apertura y gastos de estudio: 0,5% con posibilidad de financiación. Gastos de inscripción en el Registro: 95€. Cuotas pospagables. Intereses subvencionados por New Holland. Financiación realizada a través de CNH Industrial Capital Europe Sucursal en España.

Importe máximo a financiar, bajo estas condiciones: 27.500 €. Campaña aplicable en el concesionario CM93. Las cuotas incluyen un seguro de protección de pagos CARDIF. CIF: A0012421D. Campaña vigente hasta el 31 de Octubre de 2015 o fin de Stock. Operaciones sujetas a estudio y aprobación. No incluye transporte ni matriculación.

**Equipación ofertada:** Motor FPT Turbo Intercooler con Common Rail. Potencia Nominal de inscripción 99CV. Inversor 12x12 40Km/h. TDF 540/1000 y Sincro con avance. Caudal hidráulico Megaflow de 100 l/min. Elevador con sistema Lift-O-Matic Plus. Cabina con Aire Acondicionado. Contrapesos delanteros. Enganche de remolque ajustable en altura.

**ITT CM93**  
Compañía Maquinaria 93 SA

**Autovía Sevilla-Utrera, km. 8 • 41500 Alcalá de Guadaíra (SEVILLA)  
Antonio Moreno. Tel: 660 486 457**

4

## La IGP de las aceitunas Manzanilla y Gordal de Sevilla. Un proyecto basado en la investigación.

■ JOSÉ ANTONIO CRUZ MEJÍAS Gerente Asociación para la Promoción de la aceituna Sevillana en su variedad Manzanilla y Gordal.



La Asociación para la Promoción de las Aceitunas Sevillanas de las variedades Manzanilla y Gordal (APAS) se creó el 14 de marzo de 2014. Tan sólo un par de meses después presentaba ante su Asamblea un Plan de Trabajo o de Acción para las anualidades 2014 y 2015. Un proyecto bianual en el que se incluía la investigación como estrategia clave de este importante proyecto de puesta en valor de la aceituna Manzanilla y Gordal a través de una figura de calidad, la Indicación Geográfica Protegida (IGP), para posteriormente poder ser utilizada por el futuro Consejo Regulador en su actividad de promoción y protección.

Desde la Asociación se presenta un Plan de Investigación que debía desarrollarse paralelamente a la tramitación ante la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la IGP Aceituna Manzanilla Sevillana y la IGP Aceituna Gordal Sevillana.

Pese a las dificultades iniciales para su puesta en marcha, este Plan de Investigación se ha podido llevar a cabo gracias al apoyo de la Excm. Diputación Provincial de Sevilla y a seis

de los ocho Grupos de Desarrollo Rural (GDR) de la provincia sevillana, entidades dependientes de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, que han hecho posible que los distintos proyectos de investigación se pudieran continuar a través de las Acciones Conjuntas de Cooperación de los GDRs, acciones financiadas por el Fondo Europeo FEADER y la Junta de Andalucía y coordinados por el GDR Serranía Suroeste Sevillana con sede en Marchena. Dichas acciones han tenido un presupuesto global cercano a los 100.000 €.

Los distintos estudios llevados a cabo giran en torno a las dos variables que más identifican a las aceitunas sevillanas de las variedades Manzanilla y Gordal, cualidades a poner en valor a través de un Plan de Comunicación adecuado y continuo: CALIDAD y TRADICIÓN. Así, era necesario investigar sobre elementos físicos, agronómicos y organolépticos, y sobre las manifestaciones sociales y culturales que hacen de nuestra aceituna sevillana ser reconocidas como un producto de calidad y tradicional ligado a un

origen muy concreto, la provincia de Sevilla.

En la anterior tabla se muestran los distintos proyectos de investigación llevados a cabo.

Además, se han llevado a cabo en distintos municipios de la provincia sevillana diversos talleres participativos con diferentes colectivos locales para conocer más sobre otros aspectos tales como los gustos, hábitos de consumo, momentos de consumo de la aceituna, criterios de compra, etc.

En las próximas fechas se llevará a cabo una jornada final donde se expondrán los resultados de los distintos proyectos.



Talleres aliños moronas.

### PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN EN TORNO A LA ACEITUNA SEVILLANA

Calidad	Estudio Organoléptico (sabor, olor, textura, color) de las aceitunas sevillanas
	Estudio cualidades probióticas de las aceitunas sevillanas
	Estudio sobre la caracterización agronómica de la Manzanilla y la Gordal
Tradición	Estudio etnográfico: manifestaciones sociales y culturales en torno a la aceituna sevillana
	Proyecto de recuperación y puesta en valor de los aliños tradicionales de Aceituna Manzanilla Morona



Sesión grabacion

## 5 Los atributos de una producción ecológica: Sostenibilidad, Seguridad y Salud.

■ FUENTE: EL VALOR DE LO ECOLÓGICO. Ecovalia.



El proceso de industrialización que ha seguido el sector agroalimentario ha propiciado la creciente desvinculación entre el producto agrario y el producto alimenticio, así como la ruptura de los lazos entre la agricultura, la sociedad rural, la naturaleza y el territorio. En este contexto, las cualidades específicas de los alimentos ecológicos, asociadas a calidad, la seguridad alimentaria y la salud, son cada vez más apreciadas por un número importante de los consumidores preocupados por conocer el origen y los procesos de los alimentos que ingieren. Junto a esta dimensión, la producción ecológica es crecientemente valorada por su capacidad para fomentar ecosistemas sanos y equilibrados, así como por su aportación a la sostenibilidad socioeconómica de los espacios rurales.

El origen de la agricultura ecológica en España aparece estrechamente vinculado con el concepto de calidad y con la necesidad de proteger las características diferenciales de unos productos obtenidos a partir de la aplicación de un proceso específico. Y ello porque la Denominación Genérica "Agricultura Ecológica" se creó en 1969 para proteger "aquellos productos agroalimentarios en cuya producción, elaboración y conservación no se hubieran empleado productos químicos de síntesis" y de integrarlos en el mismo marco legal que el resto de denominaciones de calidad alimentaria.

Este aspecto ha ido ganando peso con los años y ha propiciado que, cuando se habla de "calidad" de los alimentos ecológicos, se aluda a un proceso de calidad total, derivado de la aplicación de las normas que regulan la producción ecológica en cada una de las fases del proceso (Molina y Pérez-Sarmentero, 2003). Sin embargo, además de su asimilación con

productos de calidad, los alimentos ecológicos aglutinan también una serie de valores intangibles altamente demandados. "Cuando la gente compra estos productos, no están simplemente comprando productos por simple utilidad, sino por un universo de valores, filosofía de vida y la creencia de que está haciendo algo por su salud. "Cuando un comprador ecológico adquiere un producto orgánico, lo está comprando con la convicción de que está haciendo lo correcto" (Minetti, 2002).

Unas directrices que se ajustan a la perfección con el perfil del "nuevo consumidor" presentado por Alonso Benito (2002) que ha superado el aspecto hedonista e individualista del consumidor post-moderno, para integrar valores más reflexivos, vinculados a aspectos éticos o ambientales. Es decir, para los consumidores ecológicos, la integración de estos alimentos en su dieta constituye un signo de prestigio, pero no en términos de status económico, sino que "el buen gusto" se manifiesta hoy en los conocimientos, en la capacidad para saber distinguir y valorar las características de estos productos.

### Los alimentos ecológicos como proveedores de seguridad y salud

La creciente intervención en los procesos naturales y el empleo de biotecnología para conseguir más cosechas y variedades mejores y más resistentes está alterando la relación que existía entre la agricultura y la naturaleza. Los consumidores ven con suspicacia la utilización de estas "innovaciones" al desconocer sus consecuencias la salud humana y animal, y su impacto sobre el medio ambiente. La aparición de



sucesivos escándalos alimentarios ha acentuado esta percepción de riesgo, incrementando su desconfianza hacia los sistemas de producción, elaboración y distribución alimentaria, así como poniendo en cuestión los controles que deben garantizar la seguridad de estos productos para el consumo humano.

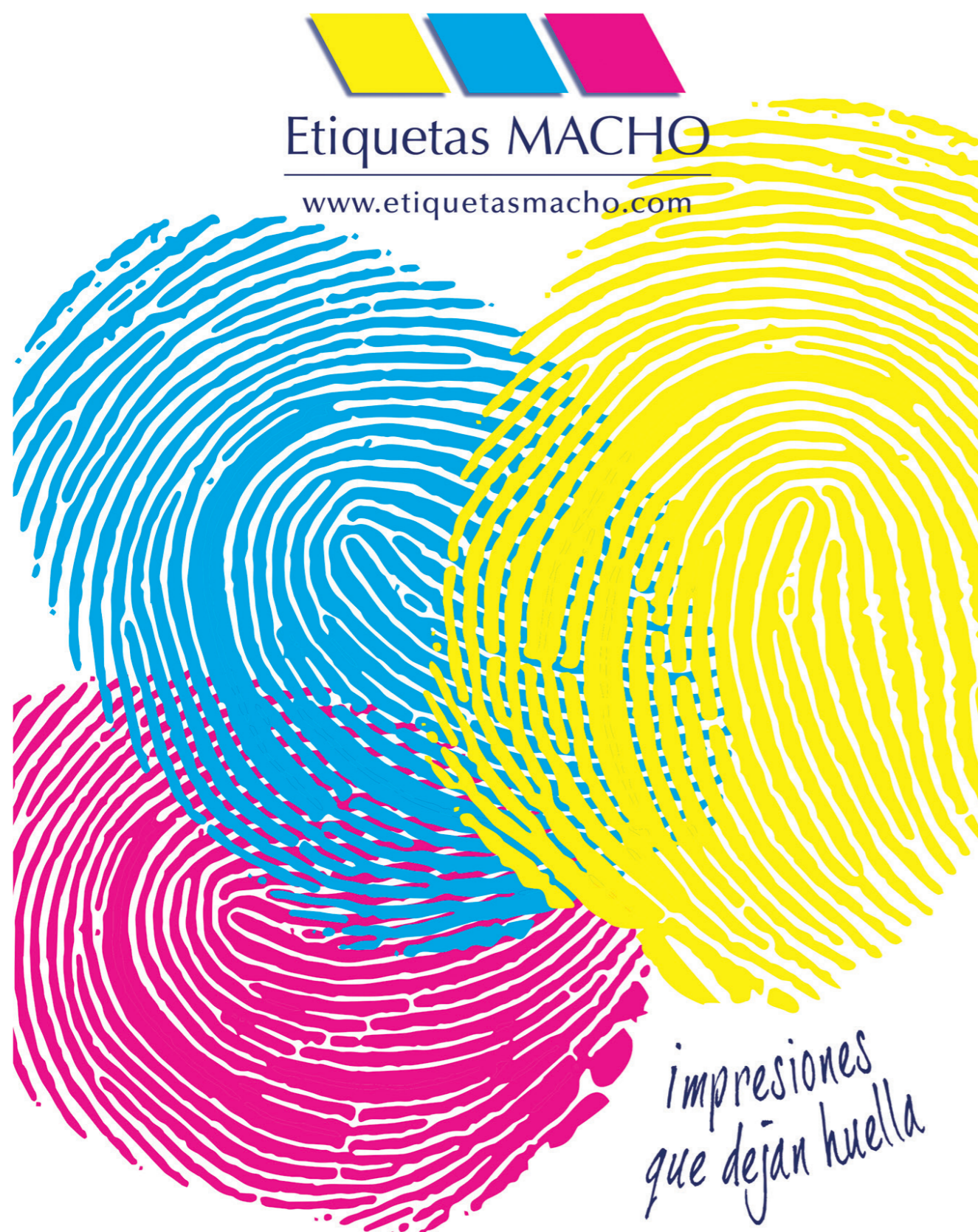
Ambos procesos están alterando las representaciones acerca de lo que es bueno o malo para comer y desestructurando las referencias que el consumidor posee de los alimentos.

Frente a este proceso de estandarización de los alimentos cuyo origen y composición se desconoce o se pierde en el proceso de elaboración y transformación, los productos ecológicos, al estar sujetos a variaciones físicas y climáticas, se perciben como más "naturales", seguros y de mayor calidad. El consumo

de alimentos ecológicos constituye, en este sentido, una manera de saborear la naturaleza, una forma de apropiarse de un paisaje o de unos conocimientos considerados como "vírgenes" e incontaminados. Es en este segmento donde los alimentos ecológicos poseen una mayor fuerza ya que la certificación "agricultura ecológica" se ajusta a la perfección a las directrices de la trazabilidad, al garantizar que el producto ha sido objeto de controles en todos los ámbitos de la cadena productiva.

### Los alimentos ecológicos como impulsores de sostenibilidad

El consumo de alimentos ecológicos entraña, asimismo, con las nuevas tendencias del ecomarketing y el consumo verde en las que la protección y respeto al medio ambiente se constituyen como la principal motivación



Etiquetas MACHO



Parque Empresarial Juan Macho Hernández, C/ Artes Gráficas, 1. Telf 95 585 28 00.  
email: info@etiquetasmacho.com - 41530 - Morón de la Frontera - (Sevilla)

de compra para un creciente número de consumidores. En un momento en el que el modelo de agricultura industrializada y productivista se ve crecientemente cuestionado por la fuerte degradación ambiental y los altos niveles de contaminación que genera. La producción ecológica se presenta como una alternativa viable para reconectar los vínculos perdidos entre la actividad agraria y la naturaleza.

Más allá de la dimensión ambiental, también es muy valorada la aportación de la producción ecológica a la sostenibilidad social, económica y cultural. Los datos muestran que el sector

ecológico está integrado por una población más joven y mejor formada, con una mayor capacidad emprendedora y una actividad positiva ante las innovaciones.

De la misma forma, el activo papel que están desarrollando los agricultores ecológicos en la recuperación de variedades, semillas, razas y técnicas tradicionales, está permitiendo conservar las particularidades culturales, ecológicas y paisajísticas de los diferentes territorios.

## 6 Nueva Campaña fotográfica en Manzanilla Olive: "Somos Manzanilla Olive".

Noviembre de 2015, se da por iniciada una nueva Campaña de fotos en Manzanilla Olive.

Pretendemos que seáis los auténticos protagonistas de este proyecto. Manzanilla Olive, es por encima de todo, los hombres y mujeres de nuestros pueblos, de nuestras cooperativas; gente sencilla y trabajadora que ahora más que nunca tiene un motivo común para mostrar al mundo entero lo que se está haciendo en los pueblos de Sevilla; se está liderando una transformación en el sector del olivar andaluz y tú formas parte de esa transformación.

**Sois la fuerza y el impulso que acompañará a Manzanilla Olive a su meta, vuestra meta.**

Ahora queremos hacer visible en el mundo entero, con nuestros mensajes, con nuestra presencia, quiénes realmente son las personas que han dado sentido a Manzanilla Olive.

Para ello pediros, nada más fácil que como trabajadores y trabajadoras, socios y socias,

agricultores y agricultoras de nuestras cooperativas, nos hagáis llegar vuestras fotografías realizadas en cualquier momento de vuestro trabajo, en vuestro entorno habitual de trabajo, en vuestro olivar, en el tractor, en la fábrica, en la línea de producción, en la carretilla, en la oficina, etc. Siempre que sea representativo de vuestra labor y de vuestra contribución a este proyecto.

El mensaje que pretendemos transmitir, es sencillo; "Somos Manzanilla Olive"

No importa desde qué dispositivo móvil se realice, ni la calidad que pueda tener; nos interesa mostrar la imagen, el rostro de este proyecto, las miles de personas que en sincronía y en armonía impulsan una gran transformación en el sector del olivar andaluz.

Para el envío de vuestras fotos podéis hacerlo al:  
Telf.: +34 637 926 474 o bien en el correo  
comunicaciones@manzanillaolive.es



Comparte tu foto con nosotros  
y *envíanosla*  
para un mural fotográfico de:  
**manzanilla Olive**



Desde Manzanilla Olive nos hemos propuesto haceros partícipes de una nueva idea para los trabajos de comunicación y difusión de imagen de Manzanilla Olive. Queremos mostrar quiénes son los que realmente forman Manzanilla Olive. Y para ello vamos a crear un mural fotográfico, que será colocado en la recepción de Manzanilla Olive, donde estén recogidas estas fotos que ahora os pedimos.

Para ello nada más fácil que pedirnos como trabajadores/as y socios/as - agricultores/as de nuestras cooperativas de base, que nos hagáis llegar vuestros Selfies (en lenguaje coloquial, se trata de nuestro autorretrato, esa foto que nos hacemos nosotros mismos con el móvil) realizado en cualquier momento de vuestro trabajo, es decir, en vuestro entorno natural de trabajo, bien en el olivar, en el tractor, en la fábrica, en la oficina, etc. Donde sea más representativa vuestra labor y vuestra tarea. ¡¡Queremos un selfie del momento en el que estáis vosotros!!

Para el envío de vuestro selfie (vuestro autorretrato) podéis hacerlo al: nº de telf.: 637 926 474 o bien, al siguiente correo: [comunicaciones@manzanillaolive.es](mailto:comunicaciones@manzanillaolive.es)

## 7 La Seguridad Alimentaria, un objetivo común.

■ RAFAEL GALLARDO LOBATO. Departamento de Calidad.

Con objeto de aportar unos criterios homogéneos y de acuerdo a la normativa vigente de EEUU en cuanto a la seguridad alimentaria, se editó desde Manzanilla Olive, una guía donde se recogía la información más relevante y de interés para nuestros agricultores del olivar en cuanto al uso de los fitosanitarios en nuestro olivar sevillano.

Sirva este artículo para refrescar la mente de

todos y hacer especial hincapié en la importancia que tiene la seguridad alimentaria en el sector de la aceituna de mesa y el aceite de oliva.

Manzanilla Olive, en el desarrollo de su actividad de comercialización y exportación de aceituna de mesa, se ve obligada a cumplir con la normativa vigente en cada país de destino de nuestras aceitunas. En concreto, el principal

mercado al que dirigimos dicha actividad exportadora, EEUU, tiene una normativa relativa al uso de productos fitosanitarios mucho más restrictiva que la española o europea.

El objetivo de estas recomendaciones es el de establecer unas pautas a seguir comunes y dirigida a nuestros agricultores, con el objeto de establecer un control de las principales plagas y enfermedades que afectan al olivar, limitando el uso de ciertas materias activas en determinados periodos considerados críticos, reduciendo con ello de forma drástica el riesgo de aparición de residuos en nuestros productos destinados a la alimentación.

**“Por un correcto uso de fitosanitarios en nuestro olivar sevillano”.**

Son pocas las materias activas que coinciden en autorización tanto para España como para

EEUU, por tanto es fundamental tener muy en cuenta las recomendaciones preventivas que se realizan en el uso de los pesticidas y seguir unas buenas prácticas agrícolas.

En la siguiente tabla se establece para cada plaga o enfermedad a controlar, las materias activas a usar y plazo de seguridad según periodo.

Plagas y Enfermedades	M.A.	Plazo de Seguridad	Periodo Crítico
<b>MOSCA DEL OLIVO</b>	Dimetoato	20 días en verdeo 60 días en molino (1)	AGOSTO, SEPTIEMBRE, OCTUBRE  Se RECOMIENDA el uso de Spinosad durante este periodo
	Fosmet	40 días (1)	
	Spinosad	7 días	
	Alfacipermetrina	14 días (1 y 2)	
	Caolin	N/P	
<b>GLIFODES</b>	Fosmet	40 días (1)	
	Betaciflutrin	20 días (1 y 2)	
	Deltametrina	14 días (1 y 2)	
	Lambda cihalotrin	14 días (1 y 2)	
<b>ACARIOSIS</b>	Azufre	N/P	
<b>PRAYS CARPÓFAGA</b>	Dimetoato	20 días (1)	
	Fosmet	40 días (1)	
	Deltametrina	14 días (1 y 2)	
	Lambda cihalotrin	14 días (1 y 2)	
<b>EUZOPHERA</b>	Clorpirifos (3)	PROHIBIDO uso a partir del 15 junio	
<b>REPILO TUBERCULOSIS ACEITUNA JABONOSA</b>	Compuestos cúpricos	15 días	Se recomienda el uso de compuestos cúpricos incoloros para aceituna de mesa.

1 El Plazo de seguridad se ha ampliado para evitar la aparición de trazas de materias activas no autorizadas en EEUU. ES OBLIGATORIO RESPETAR LOS PLAZOS ESTABLECIDOS.

2 No más de un tratamiento al año para el grupo de los piretroides.

3 Clorpirifos sólo tiene uso para tratamiento dirigido al tronco a baja presión.

## 6 buenas prácticas que todo agricultor debe seguir:

- La aplicación de fitosanitarios por parte del agricultor siempre bajo prescripción técnica. Producto, dosis recomendada de aplicación, momento adecuado, plazo de seguridad, equipos de protección individual, etc.
- Los equipos de aplicación tienen que ser revisados y calibrados.
- Uso obligatorio de sistemas antigoteo y boquillas antideriva.
- Es obligatorio estar en posesión del carné de aplicador de plaguicidas.
- Es obligatorio la entrega de los envases de fitosanitarios en los puntos de recogida SIGFITO, previo enjuague.
- No se pueden realizar aplicaciones en condiciones adversas, ya sean viento, temperaturas extremas, etc.



## 8 Recetario: Daditos de pescado empanado con aceitunas.

■ INTERACEITUNA

Una propuesta para los más peques de la casa, ahora que ya han comenzado sus clases necesitan recuperar su energía y de que mejor manera que con un delicioso plato en cuyos ingredientes encontramos a la aceituna de mesa y al aceite de oliva.



### Daditos de Pescado Empanado con Aceitunas

#### Ingredientes para 4 personas

- 4 lomos de merluza o pescadilla
- 12-15 aceitunas verdes deshuesadas
- huevo y pan rallado para empanar
- aceite de oliva para freír
- sal

#### Elaboración

Partimos los lomos en trozos sin piel. Salar. Picar las aceitunas muy menudas y mezclar con pan rallado.

Pasar el pescado por huevo y seguido por la mezcla de pan rallado y aceitunas, presionar ligeramente para que se fijen bien las aceitunas.

Freír en abundante aceite caliente pero no humeante hasta dorar el pescado.

Se puede presentar formando un tren con aceitunas. Acompañar con una buena ensalada.

# LAS AVENTURAS de Gordalete y Manzanilla

HOLA GORDALETE... ME HE ENTERADO QUE LAS ACEITUNAS SEVILLANAS SE RECOGEN DE UNA FORMA MUY ESPECIAL...

SÍ, SÍ, ESO YA LO SABÍA YO

LAS ACEITUNAS MANZANILLA Y GORDAL SE DEBEN RECOGER DEL OLIVO A MANO. ESTA FORMA DE RECOLECTARLAS SE LLAMA "ORDEÑO"

