

Depuraciones Conil ofrece sus servicios de depuración a las almazaras

Depuraciones Conil, S.L., con cuatro décadas de experiencia, acomete una serie de instalaciones para la depuración de las aguas residuales procedentes del lavado de la aceituna y del aceite.

Cada día, las cooperativas son más conscientes de que tienen que cuidar el medio ambiente y no realizar vertidos incontrolados que contaminen los acuíferos y creen malos olores, incluso en balsas de almacenamiento.

Todas las empresas de futuro ya están incluyendo en sus proyectos el cumplimiento de las normativas vigentes. Es cierto que, en algunos casos, la inversión puede ser costosa, pero con el apoyo financiero de las administraciones, se hace bastante llevadera.

Es de destacar que la empresa Depuraciones Conil cuenta con varias instalaciones que avalan su buen funcionamiento. Además, la firma dispone de una planta de ensayo y un laboratorio propio para poder diseñar las instalaciones según las necesidades de cada cliente.

Por otra parte, la compañía también realiza tratamientos de agua para acondicionarla según las necesidades de cada empresa o municipio, tanto para potabilizar agua como para su reutilización. Asimismo, realiza depuraciones en vertidos ga-



Instalaciones de Depuraciones Conil en una almazara.

naderos (purines). Este servicio se realiza "a la carta", mediante acciones como la separación sólido-líquido, acondicionar el agua para las balsas y evitar sedimentos y costras en las mismas, evitando malos olores, prepararla para riegos agrícolas o vertido a cauce público.

Entre los reconocimientos que ha recibido la firma, destaca el primer premio a la tecnología más novedosa que Depuraciones Conil obtuvo en la última edición de la Semana Verde de Galicia (feria agro-ganadera celebrada en Silleda).

Depuraciones Conil, S.L.

Tel.: 981 349 017

Fax: 981 340 538

E-mail: depuconil@wanadoo.es

La división aceitera de Grupo SOS es la que mayor rentabilidad ha obtenido

El Grupo SOS ha obtenido un beneficio neto de 13,5 millones de euros en los nueve primeros meses del año, lo que supone un 10,82% más que en el mismo período del ejercicio anterior. Asimismo, la facturación total del Grupo en el tercer trimestre alcanzó los 1.021 millones de euros, esto es, un 3% menos que en el tercer trimestre de 2006, debido en gran parte a la moderación de los precios del aceite de oliva en origen. Sin embargo, la rentabilidad ha crecido notablemente en este período, con un aumento del Ebitda (margen bruto de explotación de la empresa, antes de deducir los intereses, amortizaciones e impuestos) del 43%, hasta los 69 millones de euros.

La división aceitera, que supone el 63,7% de la facturación total del Grupo y el 57,4% del Ebitda, es la que ha registrado un mayor incremento de la rentabilidad, obteniendo un Ebitda de 39 millones de euros, un 53% más que en los primeros nueve meses de 2006. Esto ha sido posible por la estabilización de los precios del aceite de oliva en origen, debido a las elevadas disponibilidades de la campaña 2006/07, lo cual ha generado un aumento de las exportaciones y del consumo interno.

Aun así, el consumo en el mercado nacional, lastrado por el alza de precios, todavía no ha alcanzado los niveles de la campaña 2004/05, por lo que la recuperación está siendo lenta. Los resultados discretos en el mercado nacional se contrarrestan con el buen comportamiento de las exportaciones, que han aumentado un 14,1% en volumen respecto a la campaña anterior.

En el mercado italiano, las marcas del Grupo, *Carapelli* y *Sasso*, han registrado un crecimiento conjunto en volumen del 20,7% con respecto al tercer trimestre de 2007. El incremento de la rentabilidad del negocio italiano ha sido posible por la plena integración de *Carapelli* en el modelo de negocio de Grupo SOS y por la estabilización de los precios en origen.

En el segmento de aceites de semillas, se han producido tensiones inflacionistas que han afectado negativamente a la demanda y, por lo tanto, se ha frenado el crecimiento experimentado anteriormente. En Italia, la incorporación de la marca *Friol*, líder en el segmento de aceites de semillas para fritura, ha permitido compensar esta ralentización y consolidar la posición de liderazgo en el mercado italiano.

Castillo de Canena presenta Primer Día de Cosecha 2007

El pasado 15 de noviembre, el madrileño restaurante El Olivo acogió la presentación de la nueva edición del aceite propiedad de Castillo de Canena *Primer Día de Cosecha 2007, Reserva Familiar* de las variedades arbequina y picual, cuya etiqueta ha sido diseñada por el torero Enrique Ponce. Se trata de un diseño que transmite la bravura, la nobleza y la esencia del aceite virgen extra de gran calidad.

Este nuevo producto se suma a los éxitos conseguidos por los aceites vírgenes extra *Reserva Familiar*. Y es que la compañía ha firmado este año un acuerdo sin precedentes para lanzar en exclusiva un aceite de oliva virgen extra para la firma

Harrods, denominado *Familia Vañó para Harrods*. Asimismo, se ha introducido en Fortnum & Mason, tienda británica de referencia en productos *delicatessen* de la más alta calidad y proveedores de la Casa Real británica, al tiempo que ha posicionado sus productos en Williams-Sonoma, la primera cadena de productos *gourmet* estadounidense, con fuerte implantación también en Canadá.



De esta manera, Castillo de Canena afianza su expansión internacional, basada en la alta calidad y el prestigio de sus aceites, como avalan los numerosos premios que ha obtenido: la Medalla de Oro al Mejor Aceite del Sur de España en Los Ángeles Internacional Olive Oil Competition, y el accésit al Premio Gran Picual en Expoliva.