



EXTENSIÓN DE NORMAS AILIMPO

**Pleno del Consejo General de Organizaciones Interprofesionales
Agroalimentarias
27 de mayo de 2020**



1.- AILIMPO

- Antecedentes, Objetivos y Propósito
- Miembros

2.- Datos del sector de limón y pomelo

3.- DAFO y Retos del Sector

4.- Extensión de Normas

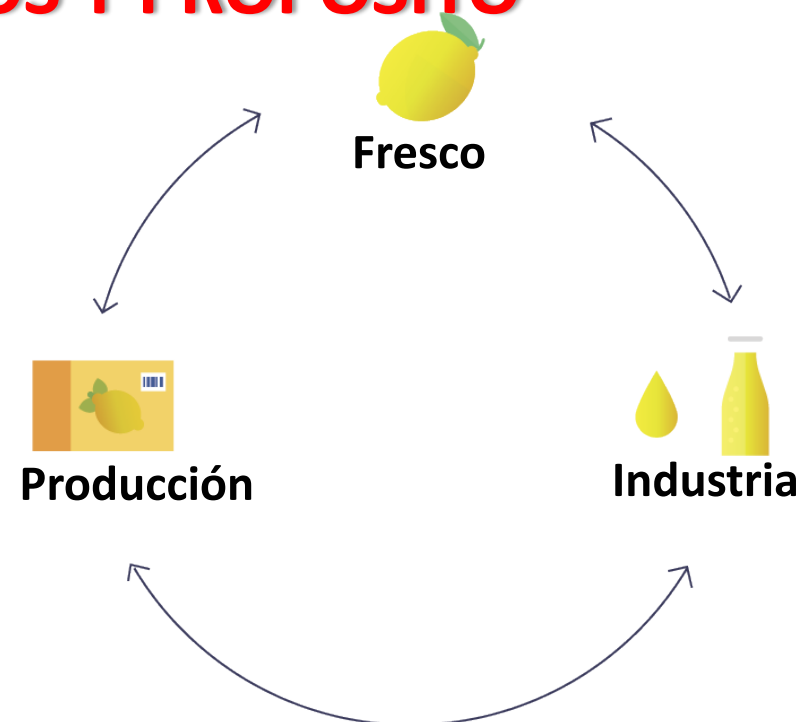
- Finalidad
- Presupuesto y Horizonte Temporal
- 2 vías de recaudación
- Seguimiento control y funcionamiento
- Programas de Promoción Europeos - AGRI-SIMPLE- 2019



ANTECEDENTES OBJETIVOS Y PROPÓSITO

ANTECEDENTES

1. Constitución en Murcia el 5 de agosto de 1998.
2. Reconocimiento como OIA OM de 27 de noviembre de 1998
3. Reconocimiento como OIA conforme al Reglamento (CE) nº2.200/96 OM 18 marzo 1999



PROPÓSITO de AILIMPO:

Defender los intereses comunes de los asociados e impulsar a través de la cooperación un modelo de sector empresarial de limón y pomelo rentable, competitivo, profesionalizado, generador de valor añadido, sostenible y con dimensión adecuada, en todos y cada uno de los eslabones de la cadena del sector: producción, comercio e industria.



MIEMBROS

Rama PRODUCCIÓN

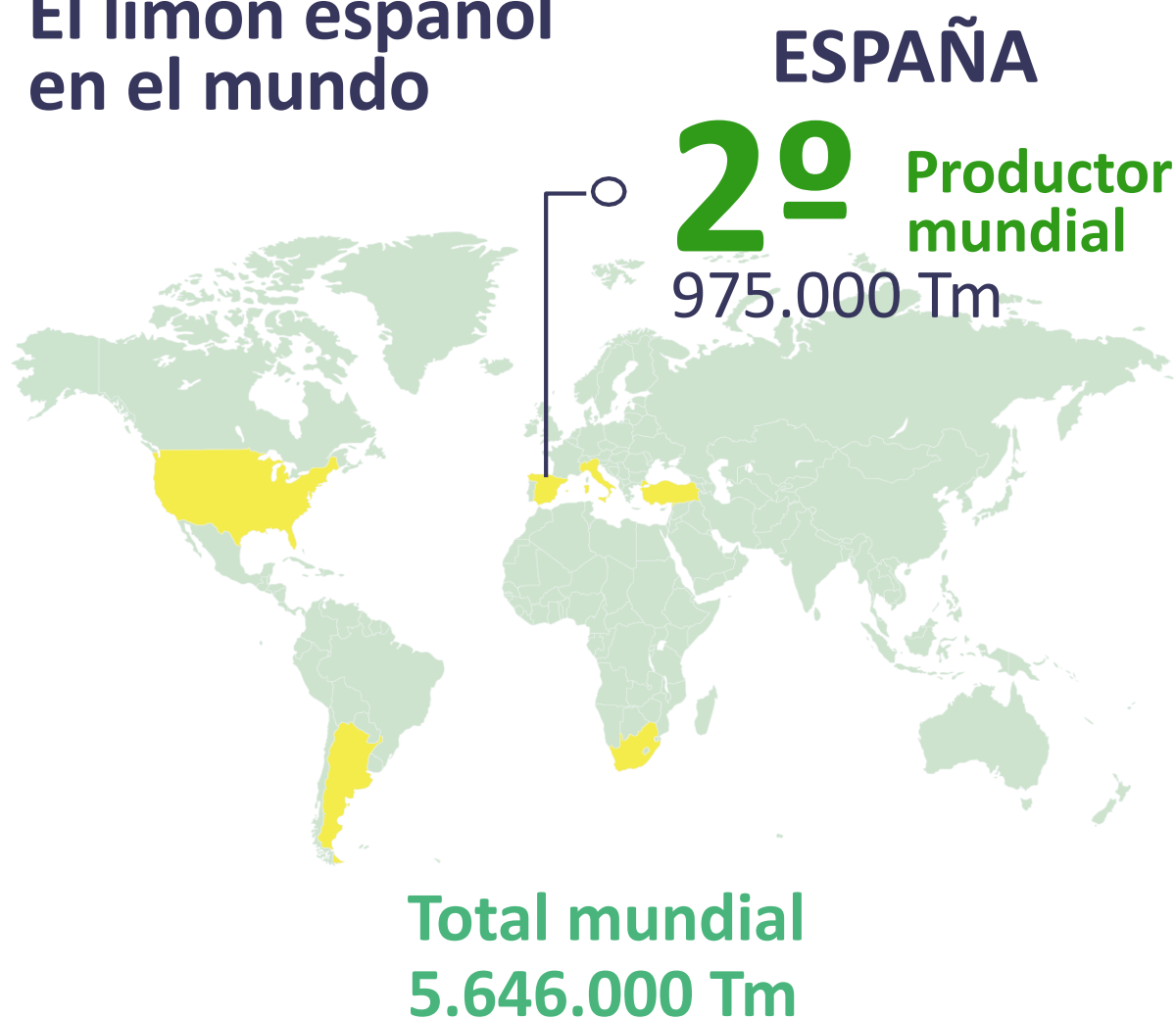


Rama COMERCIALIZACIÓN/ INDUSTRIALIZACIÓN





El limón español en el mundo



Fresco



España
20%
sobre el mundo
735.000 Tm

1º

Industria

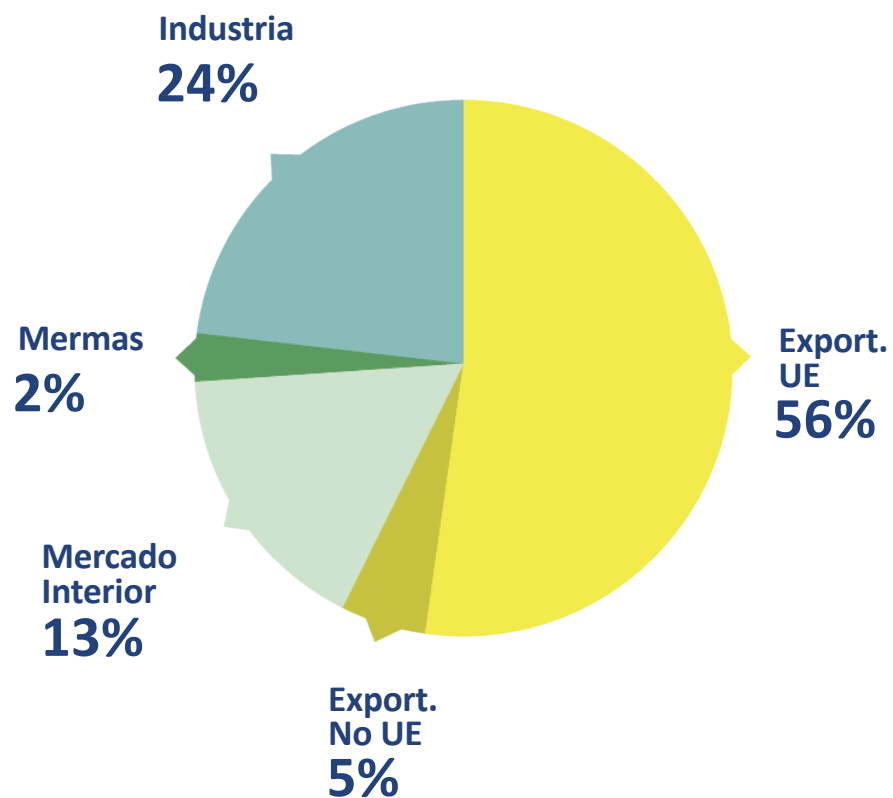


España
12%
sobre el mundo
240.000 Tm

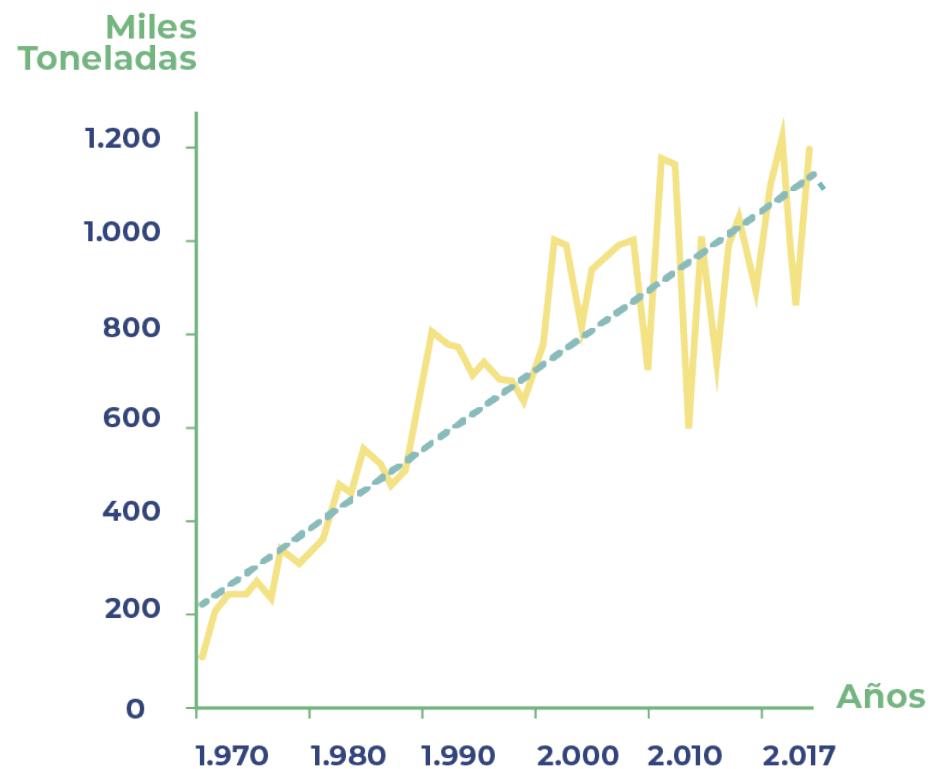
2º



Destino Producción de limón de España

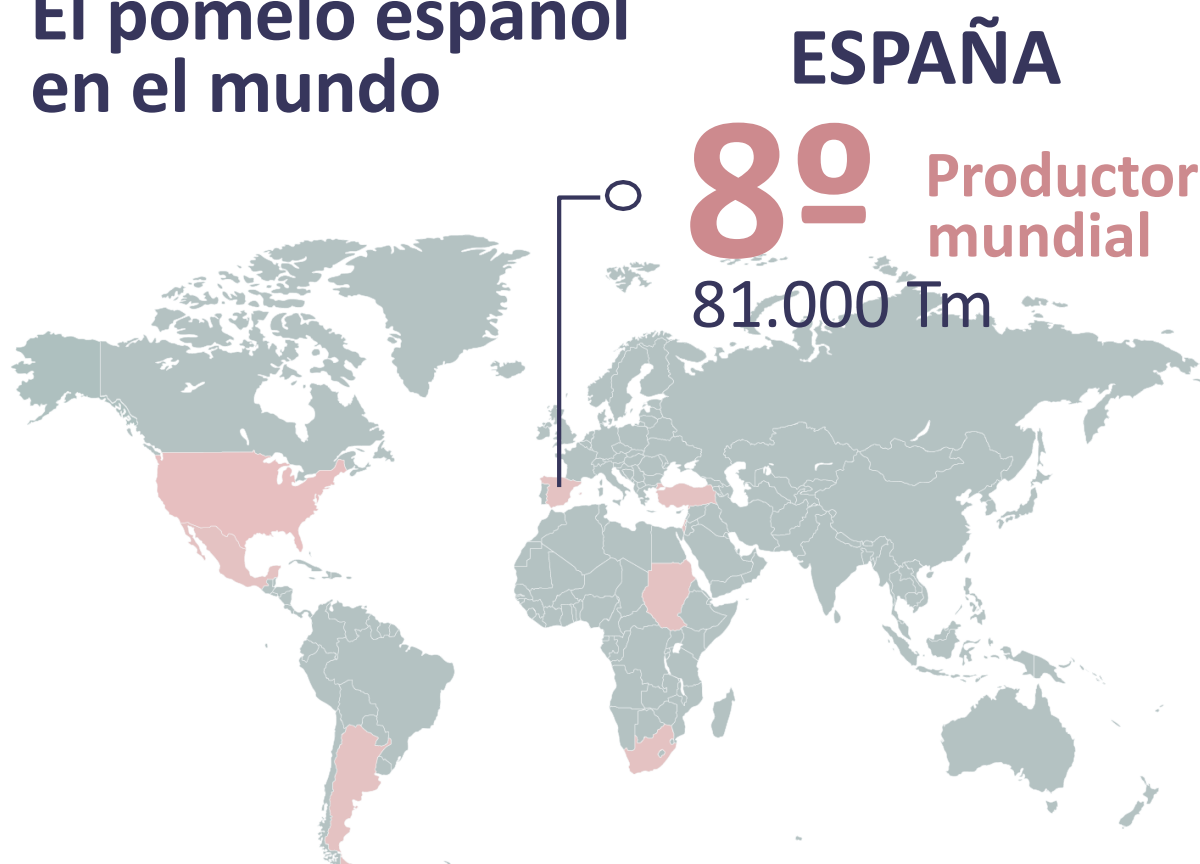


Evolución histórica producción limón España





El pomelo español en el mundo

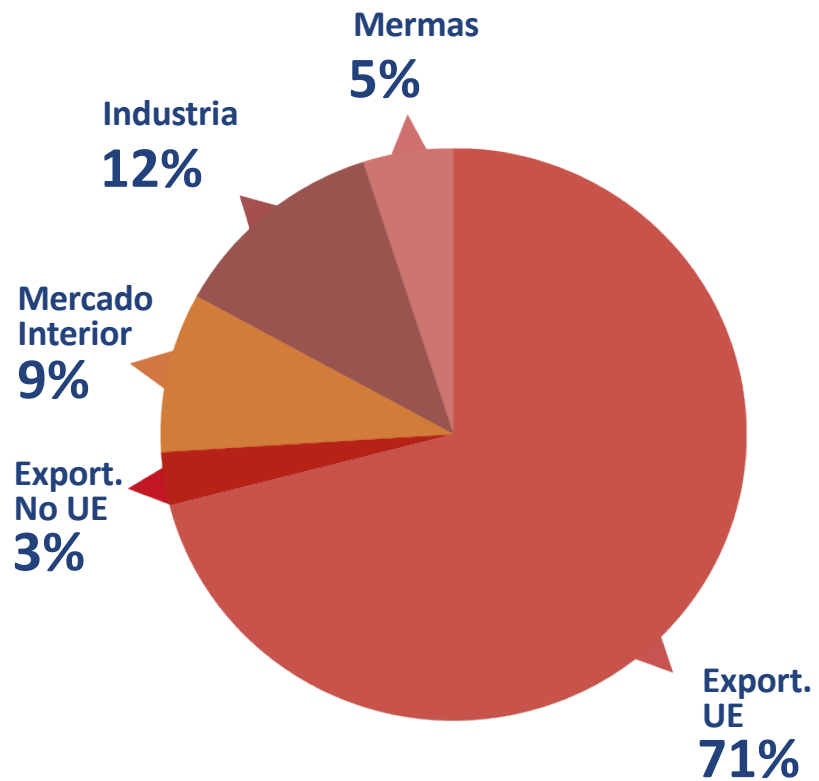


Total mundial
2.800.000 Tm

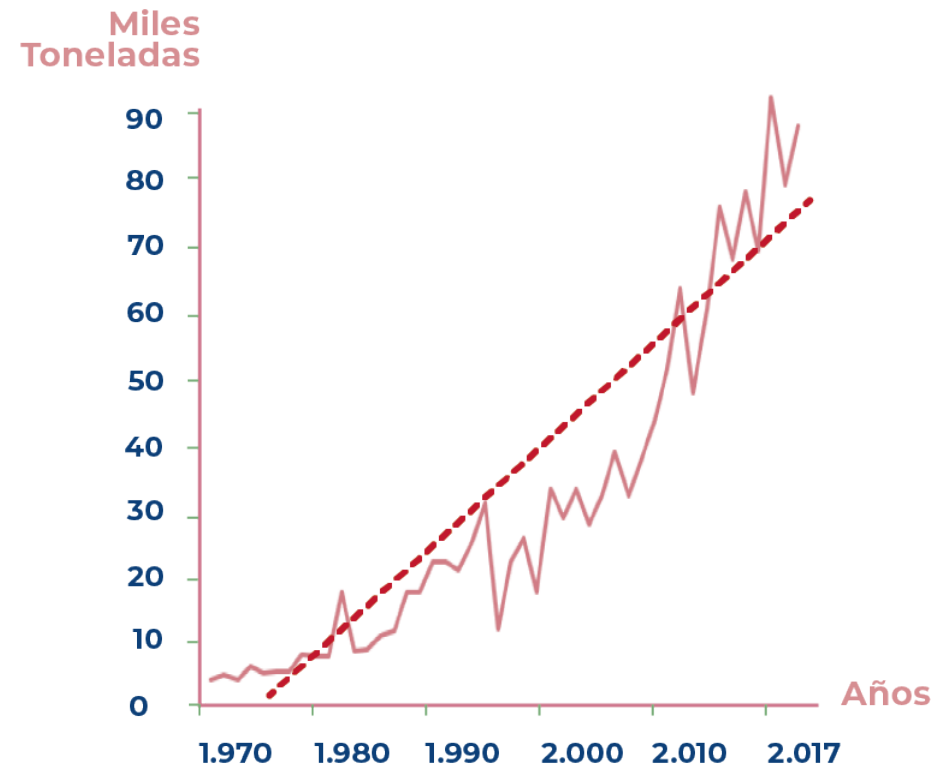
Producción	Exportación
	
España 3% sobre el mundo 81.000 Tm	España 8% sobre el mundo 60.500 Tm
8º	4º



Destino Producción de pomelo de España



Evolución histórica producción pomelo España





Cifra de negocios sectorial

Fresco



Zumo



Aceite



Cáscara
deshidratada



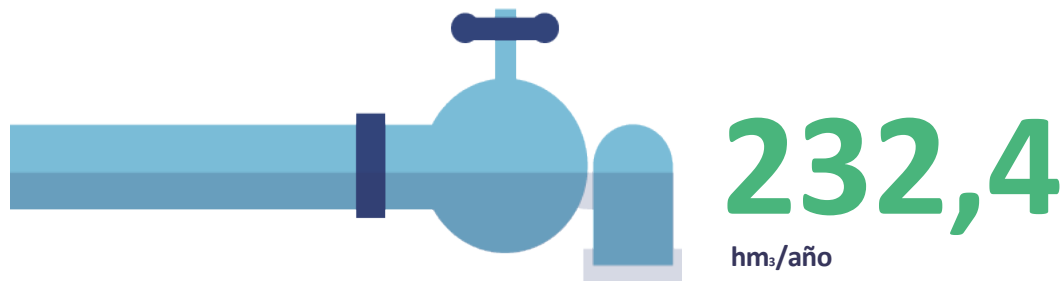
Total:

738

Millones €



Necesidades y empleo de agua eficiente



Comprometidos con R.S.C. y Sostenibilidad



Balance CO₂ positivo: Secuestro neto de CO₂

Balance neto
positivo CO₂

304.840

toneladas de CO₂ Secuestrado



Contrato tipo limón y pomelo



CÓDIGO DE BUENAS
PRÁCTICAS EN LA
CONTRATACIÓN
ALIMENTARIA



Vitamina C

Fuente de Vitamina C



DEBILIDADES



- Ausencia de campañas de comunicación

FORTALEZAS



- Frescura
- Origen Europeo
- Calidad y Servicio
- Sostenibilidad.
- Balance C02 Positivo y Huella H2O
- Marca Limón y Pomelo de España®.
- Relevo generacional

AMENAZAS



- Competidores (Turquía, Argentina, Sudáfrica...)
- Incremento de la producción sin control
- Algunos hábitos de consumo

OPORTUNIDADES



- Mayor demanda de productos frescos.
- Alimentos saludables (vitamina C)
- Canal HORECA.
- Transparencia y garantía de calidad
- Desarrollo de programas I+D



LOS RETOS DEL SECTOR

1. **Mantener posición de liderazgo** para el consumidor europeo y **abrir nuevos mercados** fuera de la UE
2. Dar **visibilidad a los valores del limón y pomelo**: la frescura, la garantía certificada de calidad y la sostenibilidad, e identificar al limón y pomelo español con la dieta mediterránea.
3. **Informar** y conseguir llegar a las nuevas generaciones, fomentando nuevos usos, asociándonos a tendencias, para **rejuvenecer al consumidor**.
4. Desarrollo innovador de **nuevos usos y aplicaciones**



FINALIDADES DE LA EXTENSIÓN DE NORMAS

1. Comunicación y mejora de la imagen del sector de limón y pomelo.

- a) Promoción genérica y campañas de comunicación e imagen dirigidas a consumidores, médicos, nutricionistas, especialistas en salud y alimentación y otros generadores de opinión, destinadas a aumentar el nivel de conocimiento de los consumidores sobre las bondades del limón y pomelo y los métodos de producción sostenibles.**
- b) Comunicación y promoción comercial en los mercados exteriores de carácter genérico e interés colectivo sectorial. Implantación exterior del sector de limón y pomelo. Asistencia a ferias, foros sectoriales y congresos.**
- c) Programas de información y promoción, cofinanciados por la Unión Europea, en el mercado interior (España, Francia y Alemania) y en terceros países (Estados Unidos y Canadá).**



FINALIDADES DE LA EXTENSIÓN DE NORMAS

2. Investigación, desarrollo, innovación tecnológica y mejora de la cadena de valor sectorial.

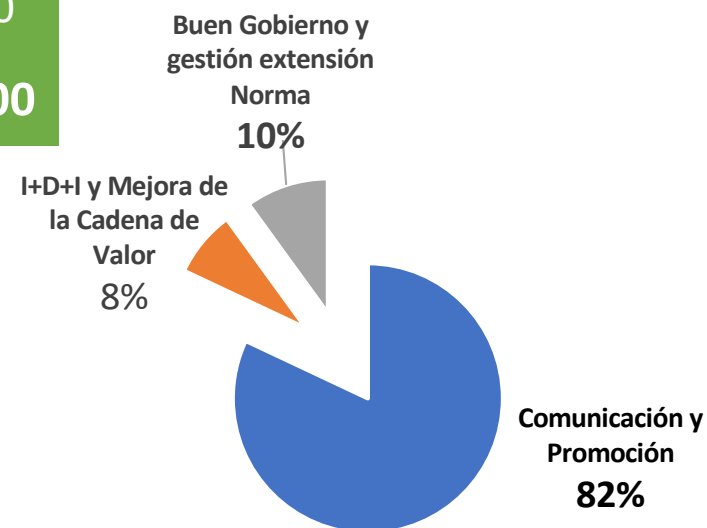
- a) Mejora de la información y conocimiento de las distintas fases de producción, comercialización en fresco y transformación de limón y pomelo. Estudios de costes. Análisis de tendencias futuras de producciones y mercados, previsión de escenarios a futuro.**
- b) Apoyo a la internacionalización para reforzar la competitividad del sector español de limón y pomelo. Estudio sobre apertura de mercados, sobre la supresión de barreras a la exportación e implantación exterior del sector.**
- c) Análisis y estudios sobre la elaboración de índices de referenciación sectorial de limón y pomelo.**



PRESUPUESTO ANUAL Y HORIZONTE TEMPORAL

5 años, a contar desde el día siguiente a su aprobación en el BOE

LINEA BASICA DE ACTUACION	%	€/año
Comunicación y Promoción	82	782.280
I+D+I y Mejora de la Cadena de Valor	8	76.320
Buen Gobierno y gestión extensión Norma	10	95.400
TOTAL	100	954.000





DOS VÍAS RECAUDACIÓN-FINANCIACIÓN EXTENSIÓN DE NORMA

El total de recaudación por año se estima en 954.000 €

Que se desglosa en 2 cuotas:

>> 1 “Cuota de Producción/Comercialización”. Recaudación estimada 918.000 €

Cuota €/kilo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producción	0,00060	0,00060	0,00060	0,00060	0,00060
Comercialización	0,00060	0,00060	0,00060	0,00060	0,00060
Total	0,00120	0,00120	0,00120	0,00120	0,00120

>> 2 “Cuota de Industria”. Recaudación estimada 36.000 €

Grupo	Estrato. Tons	€/campaña
1	>30.000	6.000
2	20.000-30.000	4.000
3	10.000-20.000	2.500
4	5.000-10.000	1.500
5	< 5.000	1.000



DOS VÍAS RECAUDACIÓN-FINANCIACIÓN EXTENSIÓN DE NORMA

2 VÍAS DE FINANCIACIÓN

VIA 1 >> PARITARIA ENTRE

A: 0,00060 €/kilo

A.1. AGRICULTOR

B: 0,00060 €/kilo

B.1 PRIMER COMPRADOR

- Operador comercial
- Industria (para fruta directa de campo)
- Cooperativa que compra fruta a no socios

B.2 COOPERATIVA EN RELACIÓN A LAS ENTREGAS DE SUS SOCIOS

- Exceptuada fruta L/P a industria procedente de operador/cooperativa

Coeficiente 0,80 Fresco/Industria

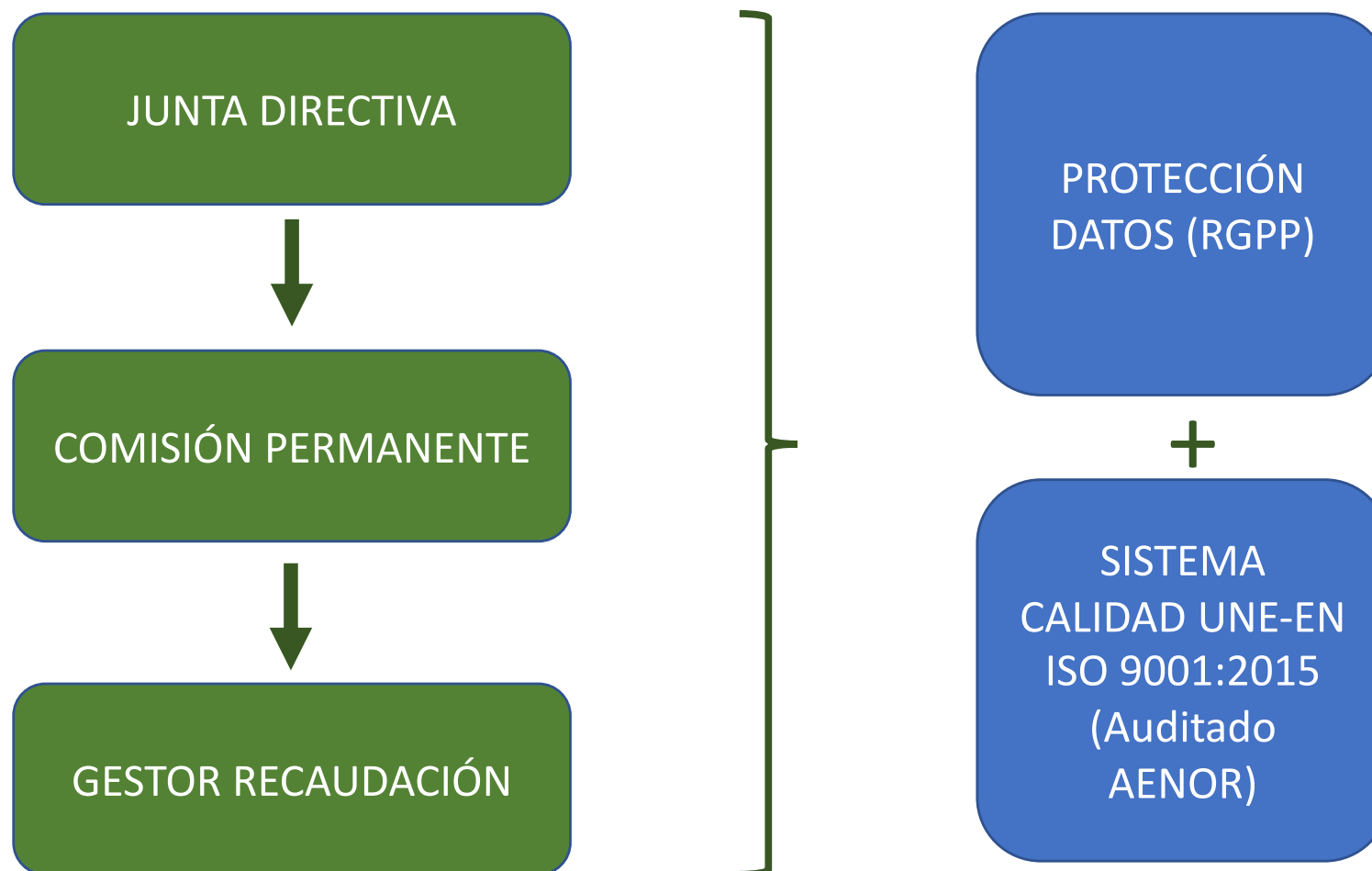
Si aplica a las importaciones de Limones y Pomelos

VIA 2 >> FINANCIACION COMPLEMENTARIA DE LAS INDUSTRIAS

- Aplica a fruta industrializada NO procedente directamente de campo
- Sistema de Módulos



SEGUIMIENTO, CONTROL Y FUNCIONAMIENTO





Programas de Promoción Europeos - AGRI-SIMPLE- 2019

AGRI-SIMPLE 2019	Presupuesto Total	Financiación UE	Aportación Sectorial
Mercado Interior	5,22 M €	3,65 M €	1,57 M €
Países Terceros	1,27 M €	1,02 M €	0,25 M €

ACTIVIDADES	IMPACTOS
Actividad permanente RRPP.	30.000.000
Eventos para la prensa.	1.000.000
Sitios web.	13.000.000
Medios Sociales.	21.000.000
Publicidad online.	70.000.000
Publicidad – TV convencional.	3.000.000
Publicidad – exterior.	53.000.000
Eventos – Limón Age.	4.500.00
	191.000.000

❖ ROI para el programa de MI: **6,59**

❖ ROI para el programa de PT: **6,77**





Programas de Promoción Europeos - AGRI-SIMPLE- 2019

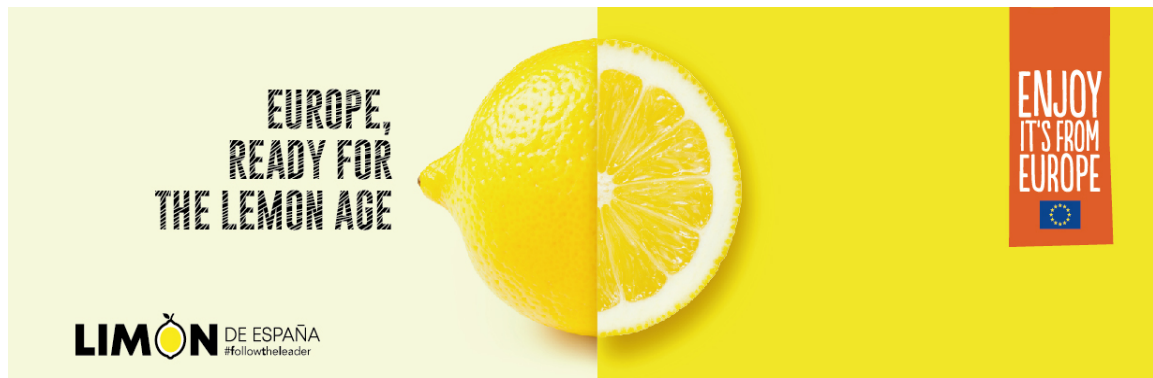
Estrategia creativa y de comunicación sobre dos pilares:

Un concepto estratégico muy potente:

BIENVENIDOS A LA ERA DEL LIMÓN
DE EUROPA –
WELCOME TO THE EUROPEAN
LEMON AGE

Una ACTITUD

ACTITUD LIMÓN
#LEMON ATTITUDE





Campaña Mercado Interior (Francia, Alemania y España).



Gracias a su eminente carácter visual, Instagram es uno de los mejores escaparates que tenemos hoy en día para mostrar todo el potencial de la campaña "Welcome to the Lemon Age" en Internet. Para ello, elaboraremos una estrategia adaptada a esta red social en la que lo visual prima por encima de lo textual. Serán contenidos en los que enlazaremos el limón, el gran protagonista, con el mundo gastronomía, vida sana, deporte, cultura, tendencias digitales y lifestyle, etc.

Dicha estrategia en Instagram se basará en dos ejes:

1. Contenidos en formato post
2. Contenidos en formato story



Secciones de Facebook





Campaña Países Terceros (Estados Unidos y Canadá).



POTENCIA
MUNDIAL EN...

- ARTE
- CULTURA
- TURISMO
- GASTRONOMÍA
- DEPORTE



LÍDER EN
EXPORTACIÓN



Instagram Stories Welcome to the Age of Knowledge

EL LIMÓN TIENE MUCHA STORY
Estamos inmersos en la era del conocimiento, en una nueva era en la que la compartir información relevante es un "must" en las estrategias publicitarias más exitosas. Y los limones de España tienen mucho que compartir...

Utilizaremos el formato stories de Instagram para hacer un "¿Sabías qué?" del limón pero con un tono y un código gráfico y estético adaptado al medio.



Facebook Secciones de Facebook



Youtube Welcome to the Age of Likes

