



**ailimpo**

Asociación  
Interprofesional de  
Limón y Pomelo



---

**Reunión CONSEJERIA**  
**AGRICULTURA**  
**22 SEPTIEMBRE**



**ailimpo**

Asociación  
Interprofesional de  
Limón y Pomelo



---

***PREVISIONES PARA LA CAMPAÑA  
LIMÓN Y POMELO 2020/2021.  
AFORO Y SITUACIÓN CAMPO Y  
MERCADOS***



**ailimpo**

Asociación  
Interprofesional de  
Limón y Pomelo



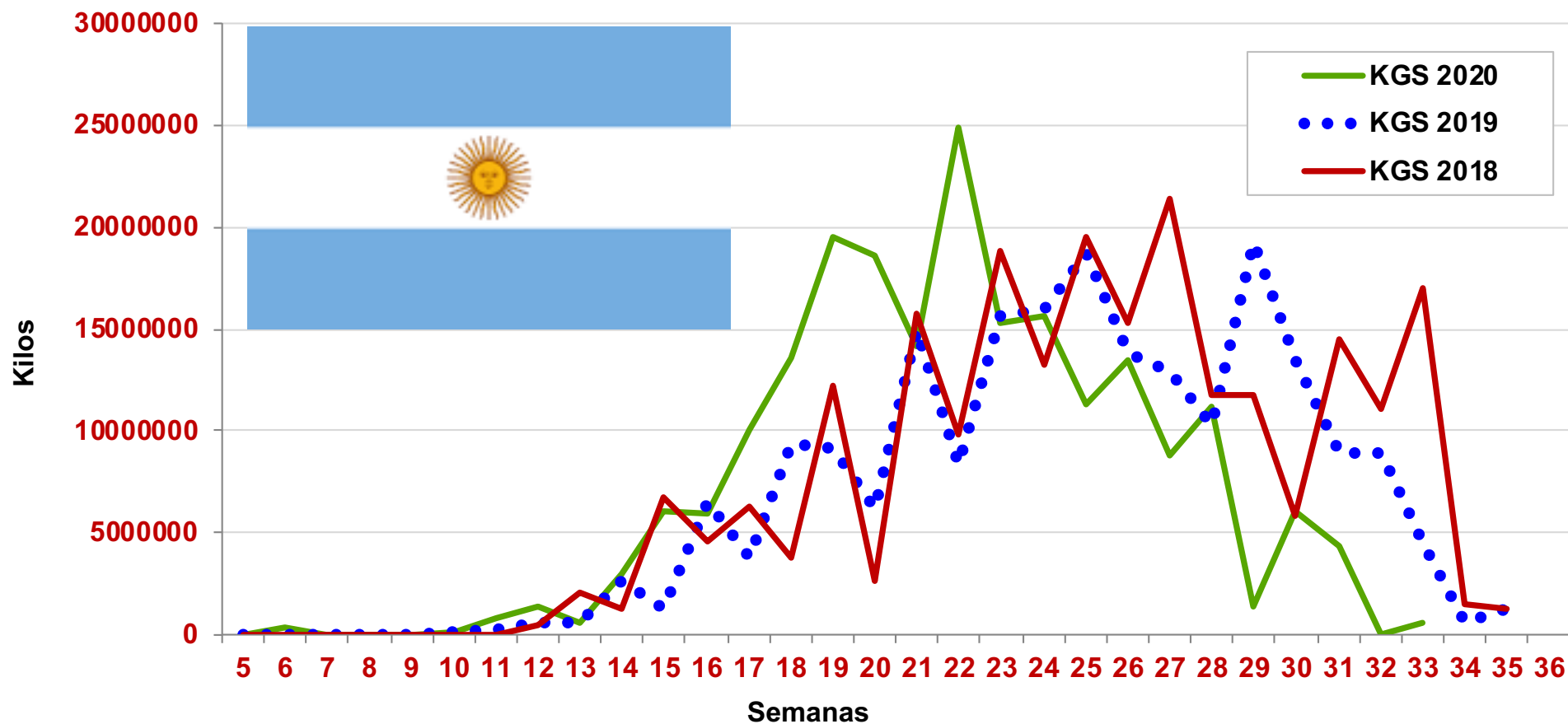
## ***PREVISIONES CAMPAÑA 2020/21***

### ***SITUACIÓN HEMISFERIO SUR***





## EVOLUCIÓN SALIDAS LIMÓN ARGENTINA 2020



	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
<b>TOTAL Tons campaña</b>	<b>229.316</b>	<b>209.843</b>	<b>207.430</b>

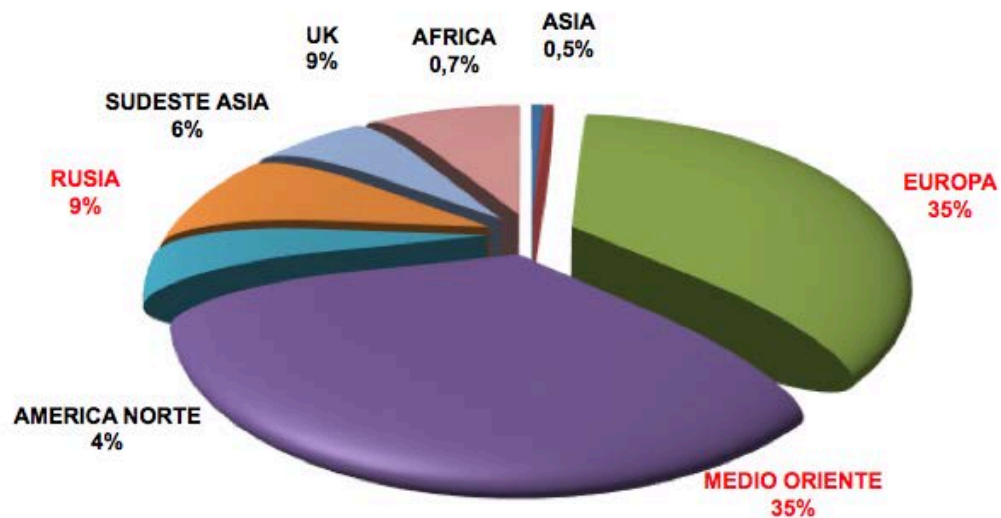


**>> SEMANA 35: SALIDAS PARA EUROPA 3.400 TONS Y PARA UK 1.400 TONS**

	AFRICA	ASIA	EUROPA	MEDIO ORIENTE	AMERICA NORTE	RUSIA	SUDESTE ASIA	UK	TOTAL
<b>2018</b>	1.528	1.121	81.198	91.027	11.886	25.755	29.605	23.665	<b>265.786</b>
<b>2019</b>	1.811	1.912	78.731	103.310	11.605	26.162	29.952	19.635	<b>273.118</b>
<b>2020</b>	<b>2.389</b>	<b>1.639</b>	<b>123.678</b>	<b>121.488</b>	<b>16.447</b>	<b>30.610</b>	<b>21.049</b>	<b>30.843</b>	<b>348.142</b>

<b>%Dif 20/19</b>	<b>32%</b>	<b>-14%</b>	<b>57%</b>	<b>18%</b>	<b>42%</b>	<b>17%</b>	<b>-30%</b>	<b>57%</b>	<b>27%</b>
-------------------	------------	-------------	------------	------------	------------	------------	-------------	------------	------------

Destinos exportación Limón Sudáfrica. Año 2020  
Hasta semana 35

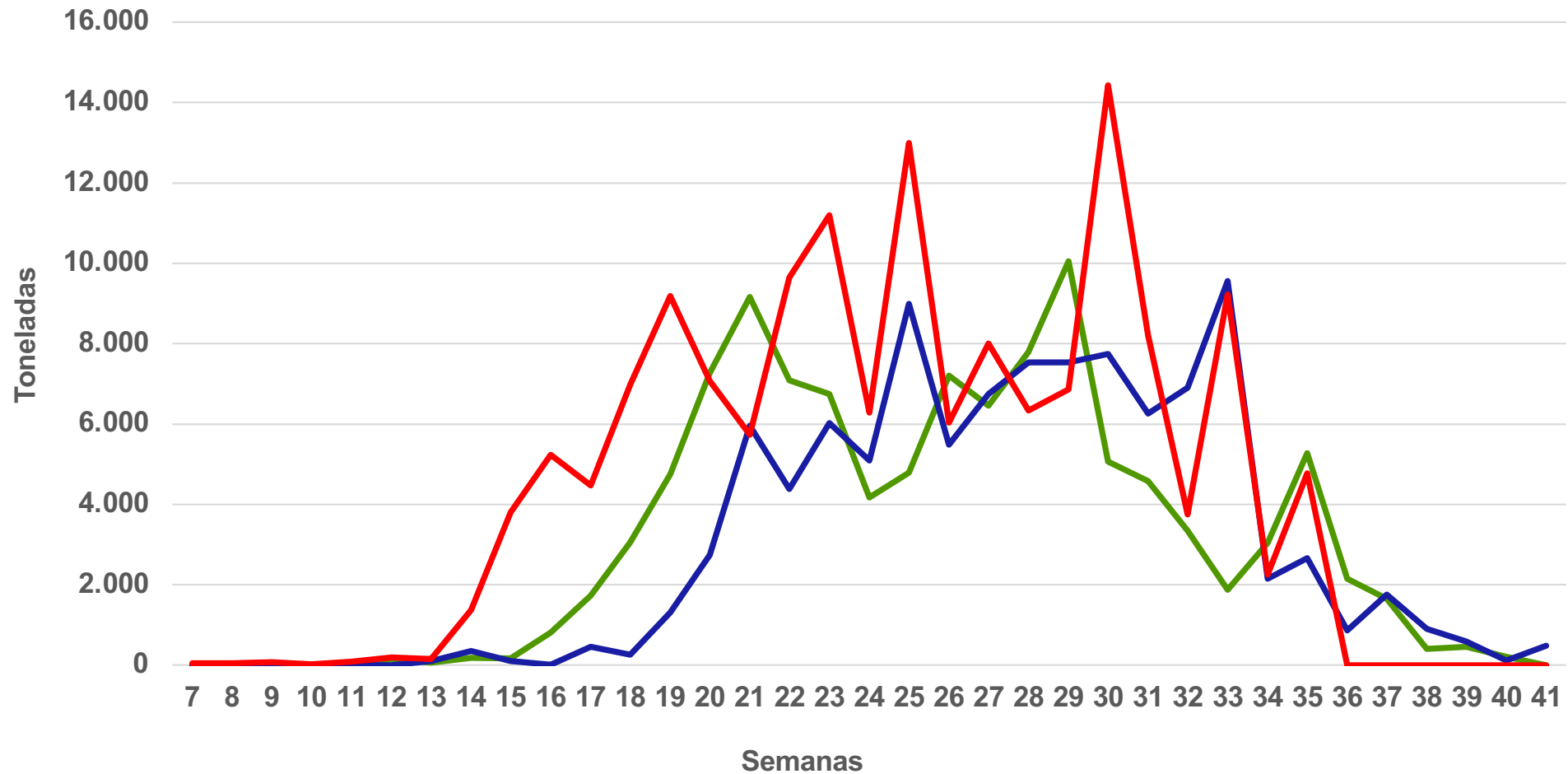




## EVOLUCIÓN SALIDAS LIMÓN SUDÁFRICA 2020

Limón RSA a Europa + UK

— 2018 — 2019 — 2020





**ailimpo**

Asociación  
Interprofesional de  
Limón y Pomelo



## ***PREVISIONES CAMPAÑA 2020/21***

# ***INICIO DE CAMPAÑA DE ESPAÑA Y TURQUÍA***





## ***SITUACIÓN TURQUÍA***



Tipo cambio 25 <u>Agosto</u> 2019	1 € = 6,47 liras turcas
Tipo cambio 25 <u>Agosto</u> 2020	1 € = 8,73 liras turcas
<b>% devaluación</b>	<b>35%</b>

Variedad	Variación de Cosecha esperada 20/21 respecto 19/20
● Meyer	+25 %
● <u>Interdonato</u>	-60 %
● Lamas	(-10 % ó Igual)

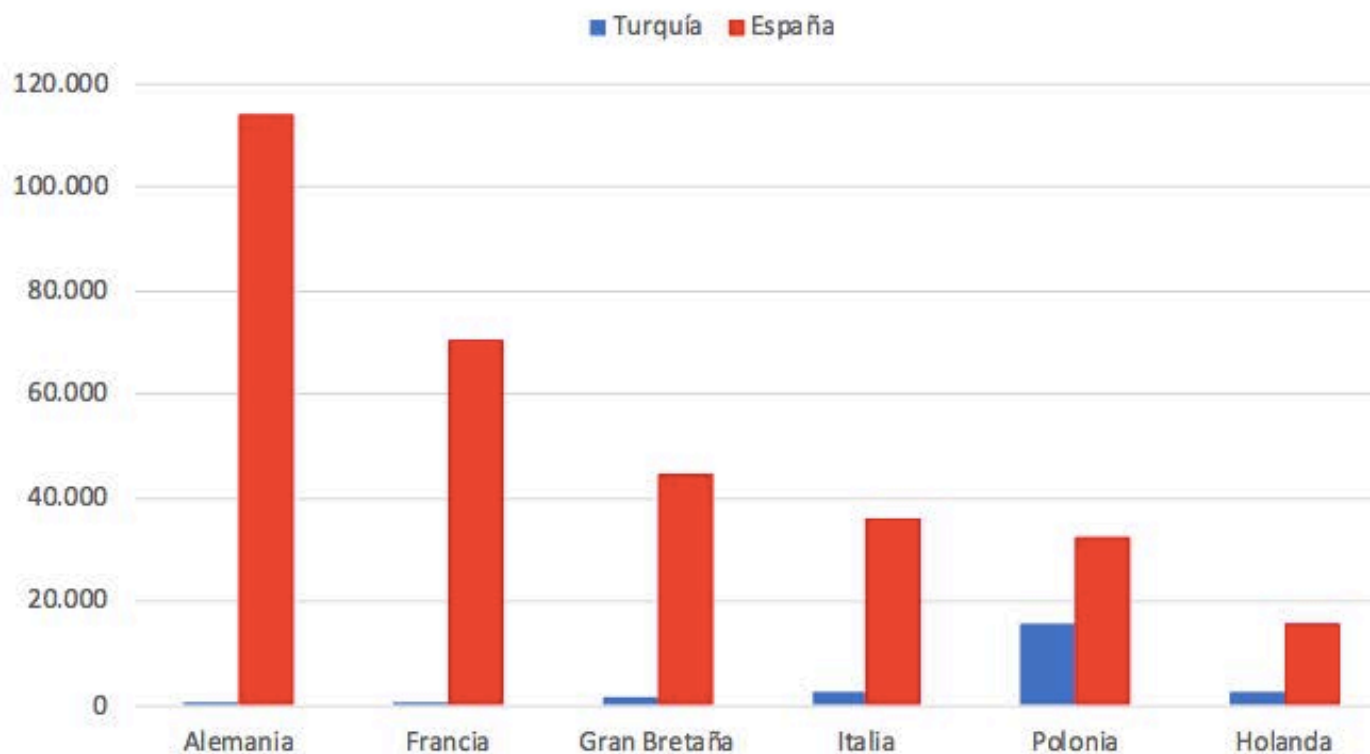




*Dominio de España  
 Absoluto en los  
 principales mercados:  
 Alemania, Francia,  
 UK, Italia.*

*Incluso en Polonia, el  
 principal mercado de  
 consumo del Este,  
 España tiene un 67%  
 de cuota.*

**Principales destinos LIMÓN España vs Turquía. Sept a Marzo**





## Producción LIMÓN Comercializada (SEP-AGO). TM

	<b>16/17</b>	<b>17/18</b>	<b>18/19</b>	<b>19/20</b>	<b>Dif. 19/20- 18/19</b>
<b>EXP. U.E.</b>	625.053	583.185	643.966	666.808	4%
<b>EXP. P.TERC.</b>	40.948	34.088	43.947	32.542	-26%
<b>M°. INTERIOR</b>	160.000	184.392	184.392	184.500	0%
<b>MERMAS</b>	43.778	40.083	43.615	44.192	1%
<b>INDUSTRIA</b>	282.118	211.374	355.155	252.167	-29%
<b>TOTAL</b>	<b>1.151.897</b>	<b>1.053.123</b>	<b>1.271.076</b>	<b>1.180.209</b>	<b>-7%</b>



## ACTUALIZACIÓN PREAMFORO 2020/2021. Informe Técnico

	<b>Producción C. 2019/20</b>	<b>Estimación C.2020/21</b>	<b>VARIACIÓN Aforo Respecto campaña 2019/20 (%)</b>
<b>FINO</b>	<b>830.000</b>	<b>946.000</b>	<b>+14%</b>
<b>VERNA</b>	<b>350.000</b>	<b>338.000</b>	<b>-2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.180.000</b>	<b>1.284.000</b>	<b>+9%</b>





## **CONCLUSIONES**

### ✓ **ESCENARIO GENERAL**

- **MÁS COSECHA DE LIMÓN FINO**
- **OCTUBRE >> SIN FRUTA DE HEMISFERIO SUR**
- **TURQUÍA NO DEBERIA SER PROBLEMA AL MENOS HASTA DICIEMBRE**
- **AUMENTO DE COSTES POR COVID**
- **INCERTIDUMBRE CONSUMO**

### ✓ **RECOMENDACIONES**

- **PRUDENCIA**
- **INICIO ORDENADO**
- **+ COSECHA DE FINO >>> EVITAR QUE LA FRUTA SE AMONTONE**



## **Producción POMELO Comercializada (SEP-AGO). TM**

	<b>16/17</b>	<b>17/18</b>	<b>18/19</b>	<b>19/20</b>	<b>Dif. 19/20- 18/19</b>
<b>EXP. U.E.</b>	57.942	49.279	57.467	58.095	1%
<b>EXP. P.TERC.</b>	2.535	3.022	2.868	2.989	4%
<b>M°. INTERIOR</b>	7.000	7.000	7.000	7.000	0%
<b>MERMAS</b>	3.374	2.965	3.367	3.404	1%
<b>INDUSTRIA</b>	9.511	10.919	14.509	14.200	-2%
<b>TOTAL</b>	<b>80.362</b>	<b>73.185</b>	<b>85.211</b>	<b>85.688</b>	<b>1%</b>



## **AFORO POMELO 2020/2021**

	<b>Producción C. 2019/20</b>	<b>Estimación C.2020/21</b>	<b>VARIACIÓN Aforo Respecto campaña 2019/20 (%)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>85.688</b>	<b>73.692</b>	<b>-14%</b>





**ailimpo**

Asociación  
Interprofesional de  
Limón y Pomelo



## ***PREVISIONES CAMPAÑA 2020/21***

### ***CONTRATOS TIPO Y LEY DE LA CADENA***

***>> CONTRATOS***

***>> LEY 12(2013)***

***>> PLAZOS DE PAGO 30 días***



## III. OTRAS DISPOSICIONES

### MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

**9251** Orden APA/759/2020, de 27 de julio, por la que se homologa el contrato-tipo de compraventa de limones con destino a comercialización en fresco, que regirá para la campaña 2020/2021.

**9252** Orden APA/760/2020, de 27 de julio, por la que se homologa el contrato-tipo de compraventa de limones con destino a transformación, que regirá para la campaña 2020/2021.

**9253** Orden APA/761/2020, de 27 de julio, por la que se homologa el contrato-tipo de compraventa de limones ecológicos con destino a comercialización en fresco, que regirá para la campaña 2020/2021.

**9313** Orden APA/768/2020, de 27 de julio, por la que se homologa el contrato-tipo de compraventa de pomelos con destino a comercialización en fresco, que regirá para la campaña 2020/2021.

**9314** Orden APA/769/2020, de 27 de julio, por la que se homologa el contrato-tipo de compraventa de pomelos con destino a transformación, que regirá para la campaña 2020/2021.



## Contratos Tipo y Ley de la Cadena

- **La Adaptación a la reciente modificación de la Ley 12/2013**, que incluye una referencia expresa a que el precio cubre los costes efectivos de producción.
- La mención expresa a la Orden Ministerial APA/541/2020 de Extensión de Norma de AILIMPO, que **obliga a la recaudación de la aportación económica al vendedor de 0,6€/tonelada**.
- En caso de conflicto, AILIMPO presta el servicio de mediación, si no se lograra una solución de mutuo acuerdo, las partes pueden elegir someter la **controversia a los tribunales ordinarios o al arbitraje** administrado por la Corte Arbitral de la Cámara de Comercio de Murcia. Si no hay acuerdo entre las partes, se someterá a los tribunales ordinarios.





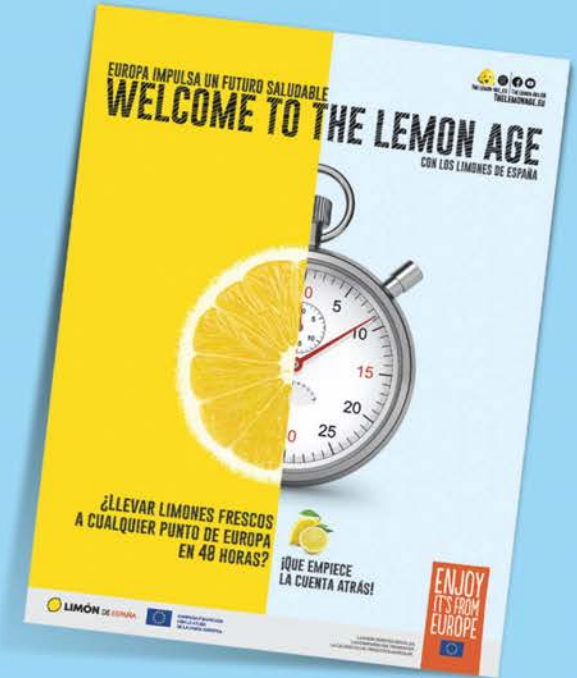
---

# ***LANZAMIENTO CAMPAÑA DE PROMOCIÓN Y EXTENSIÓN DE NORMA***



CAMPAÑA FINANCIADA  
CON LA AYUDA  
DE LA UNIÓN EUROPEA

# CAMPAÑA



EUROPA IMPULSA UN FUTURO SALUDABLE

# WELCOME TO THE LEMON AGE

CON LOS LIMONES DE ESPAÑA



## LOS RETOS



Identificar al **limón europeo y español** con la **Dieta Mediterránea**



Mantener **posición de liderazgo** para el **consumidor europeo**



Dar visibilidad a los **valores del modelo de producción en Europa**, como son la frescura, la garantía certificada de calidad y la sostenibilidad



Convertir al **limón europeo** en el preferido de los consumidores frente a **terceros países**



Informar a las **nuevas generaciones**, fomentando **nuevos usos**



## ¿QUÉ?

Una campaña de promoción, divulgación e información **fresca, novedosa, joven y moderna del limón europeo**

## ¿DÓNDE?

En **España, Francia y Alemania**

## ¿CUÁNDO?

Durante **2020, 2021 y 2022**

## ¿A QUIÉN?

Nos dirigimos a  **europeos de entre 25 y 45 años con intereses en gastronomía, alimentación, restauración, dieta equilibrada y saludable**

## ¿CÓMO?

**#ACTITUDLIMÓN**



¿QUÉ ES LA

#ACTITUDLIMÓN?

ES LA ACTITUD

Que pone en marcha  
lo mejor de toda Europa.

ES UNA POSTURA

Sana, atractiva, joven, energética,  
vital, **un lifestyle europeo.**

ES SER NATURAL

Y combinar la tradición  
y el futuro.

LA ACTITUD LIMÓN

No es una actitud cualquiera, son  
muchas. **Es multiculturalidad.**

ES INCORPORAR

Las propiedades del limón para que  
**nuestra vida brille.**



ES ESTAR AL DÍA,

**seguir una tendencia,** pero  
no cualquiera, una buena.

ES SACAR PECHO

Sentirte orgulloso y satisfecho  
de **nuestros productos y  
nuestra producción.**

ES NO ESPERAR

A que pasen las cosas,  
**es ir por delante.**

ES SER ACTIVO

ES ESTAR

**"ENJOY" CON EUROPA"**  
y **"ON"** con el limón.

VE PREPARANDO LOS LIKES PORQUE HA LLEGADO

# EL LEMONENCER



Llega una nueva era, la era del limón, de la mano de **LEMONENCER** el primer limón del mundo que se **convertirá en influencer**

## MIX DE ACCIONES:

### DIGITAL

**LEMONENCER** conectará con el **público más joven** de la manera más novedosa y creativa a través de las **redes sociales** y la **web de campaña**.

### RR.PP

Con el **YELLOW LEMON TOUR** vamos a realizar una serie de acciones especiales alrededor del limón:

#### Lemon art:

Diferentes **artistas europeos** diseñarán unos **limones gigantes** que recorrerán las **principales ciudades europeas** en un tour novedoso y original.

#### Lemon Cook & Drink:

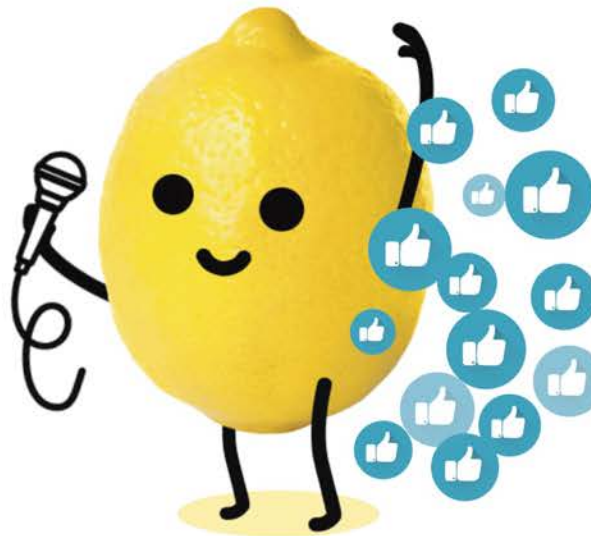
Cocineros y **mixólogos europeos** crearán **recetas de autor** entorno al mundo del limón. Además, visitaremos las principales **escuelas de hostelería** para difundir la **versatilidad y cualidades gastronómicas** del limón.

#### Lemon Sport:

Reconocidos **deportistas** se unirán al tour del limón como **abanderados** de la nueva era del limón.

### PUBLICIDAD

Amplificaremos la campaña a través de **acciones especiales** en diversas plataformas televisivas europeas, momentos internos y campañas de exterior.



En total, vamos a alcanzar más de **121.000.000** DE IMPACTOS

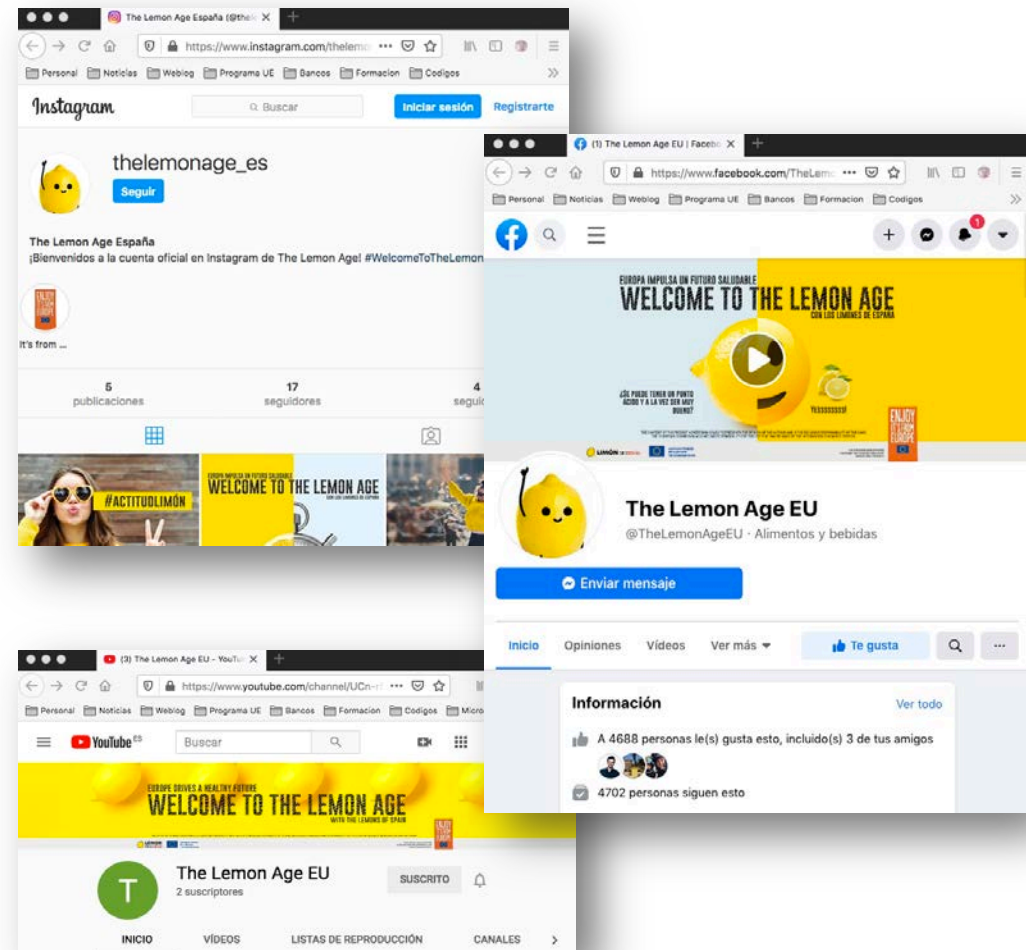
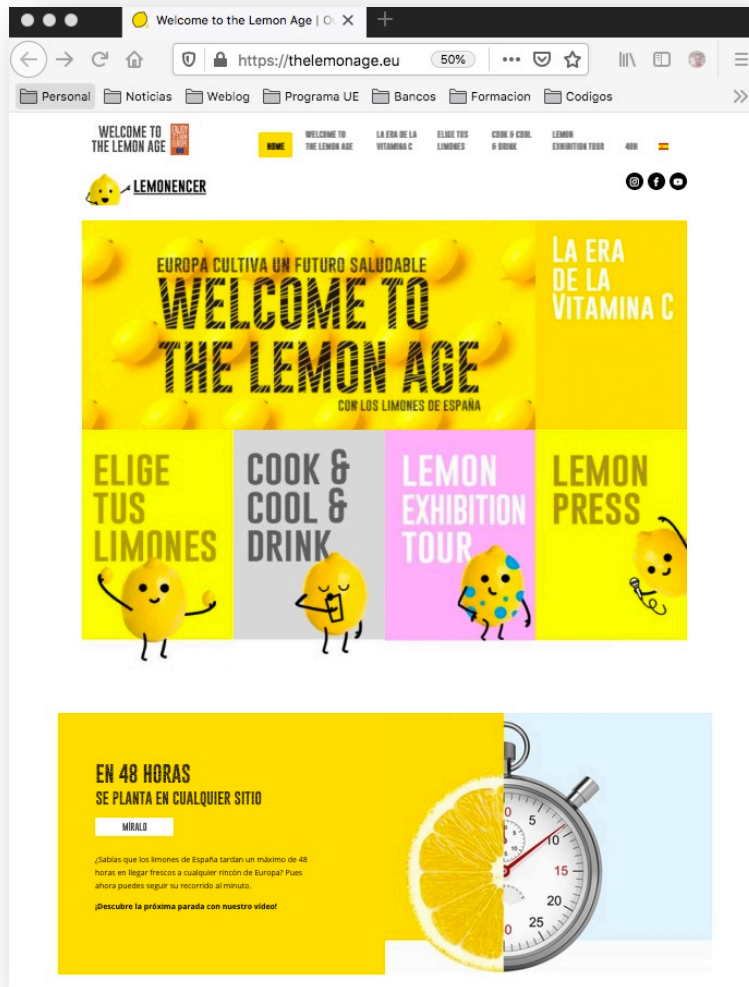




## Mix de Acciones: **DIGITAL**

**Web para el MI y TP:** disponible en español, inglés, francés y alemán.

**Facebook, Instagram, Youtube:** disponible en español, inglés, francés y alemán.





## III. OTRAS DISPOSICIONES

### MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

- 6496** *Orden APA/541/2020, de 15 de junio, por la que se extiende el acuerdo de la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo, al conjunto del sector y se fija la aportación económica obligatoria para realizar actividades de comunicación y mejora de la imagen del sector, investigación, desarrollo, innovación tecnológica y mejora de la cadena de valor sectorial, durante un período de cinco años.*





# 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
- 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



**ailimpo**

Asociación  
Interprofesional de  
Limón y Pomelo



## ***WCO: Congreso Mundial Cítricos 5 de noviembre***

**<https://www.citruscongress.com>**



## CONGRESO MUNDIAL DE CÍTRICOS ON LINE

### GLOBAL CITRUS CONGRESS • LIVE •

THE NEW MEETING POINT FOR THE GLOBAL CITRUS INDUSTRY

**5 NOVEMBER 2020**

Global Citrus Congress is organised by:

### PROGRAMME



**FRUITNET**



Supported by:







**GLOBAL CITRUS CONGRESS LIVE IS A MUST FOR THOSE WHO WANT TO LEARN MORE ABOUT THE INTERNATIONAL CITRUS BUSINESS.**

**BILINGÜE ESPAÑOL INGLES**

**3 sesiones sobre:**

**Sesión 1 >> Producción, Comercio e Industria. Panorama General.**

**Sesión 2 >> Promoción y nutrición.**

>> ¿Cómo pueden los proveedores y los clientes estimular el consumo de cítricos?

>> ¿Cómo mantener el impulso de la demanda de cítricos durante todo el año después de la pandemia del Covid-19?.

>> También analizaremos en detalle el caso de éxito del Aguacate

**Sesión 3 >> Garantizar la oferta y mejorar la calidad mediante la innovación**

>> Nuevas variedades, más convenientes y con más sabor

>> Sostenibilidad y protección y mejora de la biodiversidad

>> Big Data, Inteligencia Artificial y Blockchain







**ailimpo**

Asociación  
Interprofesional de  
Limón y Pomelo



## ***OTROS ASUNTOS***



## **BREXIT**

### CUESTIONES TARIFARIAS Y ARANCELES

*UK sigue avanzando en su estrategia de acuerdos con grandes proveedores hortofrutícolas* (entre los ya firmados están la mayoría de los países sudamericanos, Marruecos, Sudáfrica y otros países de África del Este y el Sur, y las negociaciones avanzan con otros como Egipto, Méjico y Turquía).

### CUESTIONES DE LOGÍSTICA

Operación Brock 2.0 >> 'green corridor'

### CUESTIONES BUROCRÁTICAS Y ADMINISTRATIVAS

certificación fito y requisitos de sanidad vegetal

otros temas (seguridad alimentaria, etiquetado, normativa para productos ecológicos ...)

### OTRAS CUESTIONES COLATERALES >> EL ESCENARIO COVID-19

consumidores UK más sensibles a precio + posibles aranceles + costes extra por logística/burocracia = un 'mal coctel'



## **OTROS TEMAS**

- **ARANCELES EEUU 25% LIMONES FRESCOS**
- **REGEPA Y PROYECTO MAPA HISPATEC**
- **DATOS GLOBALGAP**





## Datos REGEPA – FEGA >>> MUY BAJOS 55% ¡¡¡



### DATOS SOLICITUDES ÚNICAS FEGA 2020.

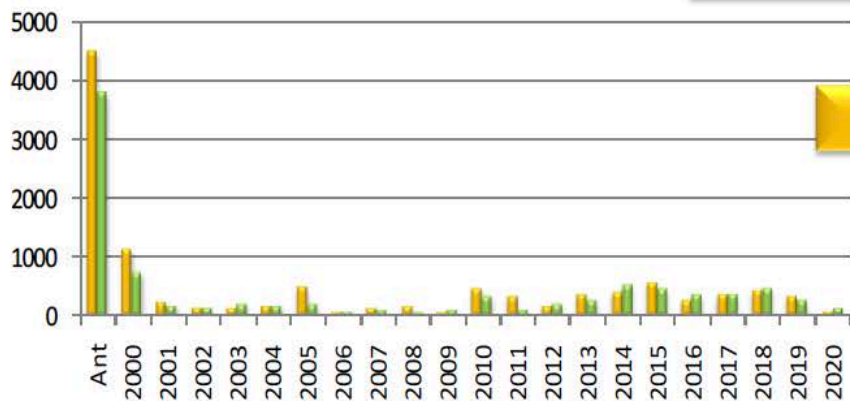
#### LIMÓN

	2020			2019		
	Nº VAR	SUP. RECOGIDA	RATIOS	Nº VAR	SUP. RECOGIDA	RATIOS
TOTAL VARIEDADES RECOGIDAS	19	25.715,23		18	26.295,99	
<i>SIN INFO VARIEDAD</i>		1.373,82	5%	1.481,12		6%
ANUARIO (n-1)		46.684		45.832		
<i>FEGA/ANUARIO</i>			55%			57%

Distribución de superficie por año de plantación:

Fino vs Verna

■ FINO ■ VERNA

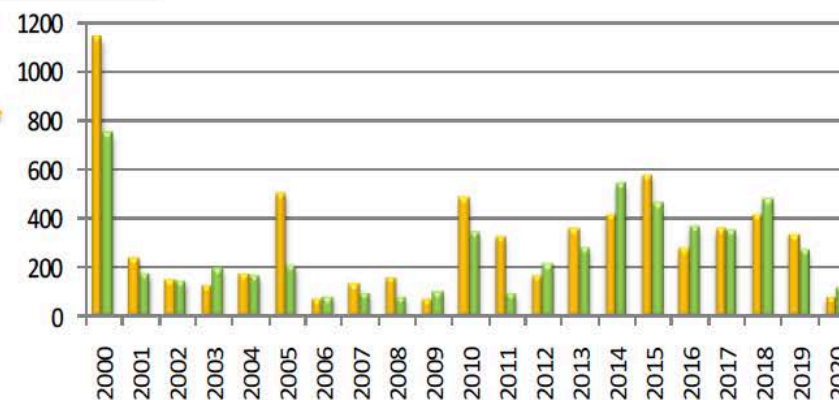


¿Qué plantaciones ha habido en los últimos 20 años?

Distribución de superficie por año de plantación:

Fino vs Verna

■ FINO ■ VERNA



**Gran concentración en 2 variedades que representan el 80% de la superficie recogida por el FEGA**





## *Propuesta Proyecto Inteligencia Sectorial Limón y Pomelo*





## Posibles Stakeholders

	Estrategia	Beneficios	Aportaciones
Subdirección de Frutas y Hortalizas	Estrategia de Digitalización del Sector Agroalimentario y Forestal y del Medio Rural  Objetivo 01: Reducir la brecha digital Objetivo 02: Fomentar el uso de datos	Mejor estimación aforo y cosecha. Mejor análisis estructura productiva. Herramienta de análisis. Agregación de datos.	Datos, conocimiento y tracción
Subdirección de Estadística y Análisis		Herramienta de análisis. Agregación de datos. Nuevos datos.	Datos, conocimiento y tracción
Subdirección de Innovación		Herramienta de análisis. Agregación de datos. Nuevos datos.	Datos y tracción
Subdirección de Tecnología		Puesta en valor de los datos.	Marco tecnológico, datos y tracción
FEGA		Puesta en valor de los datos. Nuevos datos.	Datos y tracción
Agroseguro/ENESA		Puesta en valor de los datos. Nuevos datos.	Datos y tracción
Ailimpo	Mejorar la transparencia y el equilibrio del mercado. Conseguir en todas las actividades representadas el mayor respeto al medio ambiente, minimizando los impactos negativos.	Mejor estimación aforo y cosecha. Mejor análisis estructura productiva. Análisis sostenibilidad. Inteligencia de mercados. Puesta en valor de los datos. Nuevos datos.	Datos, conocimiento y tracción
Hispathec Analytics	Ayudar a la red agroalimentaria a gestionar y poner en valor datos en forma de inteligencia.	Puesta en valor de su tecnología.	Datos, conocimiento y servicios tecnológicos



## Evolución España certificación limón GlobalGAP y Grasp (2015 - 2017 - 2019 - 2020)



		31.08.2015	31.10.2017	31.10.2019	30.06.2020	Dif % 20 vs 15	Dif % 20 vs 19
Nº certificados	GlobalGAP	228	354	477	527	131%	10%
	Grasp	59	203	363	417	607%	15%
Productores	GlobalGAP	578	823	1073	1120	94%	4%
	Grasp	162	547	891	955	490%	7%
Superficie Has	GlobalGAP	8.157	12.185	17.002	17.652	116%	4%
	Grasp	2.586	9.337	15.270	15.497	499%	1%

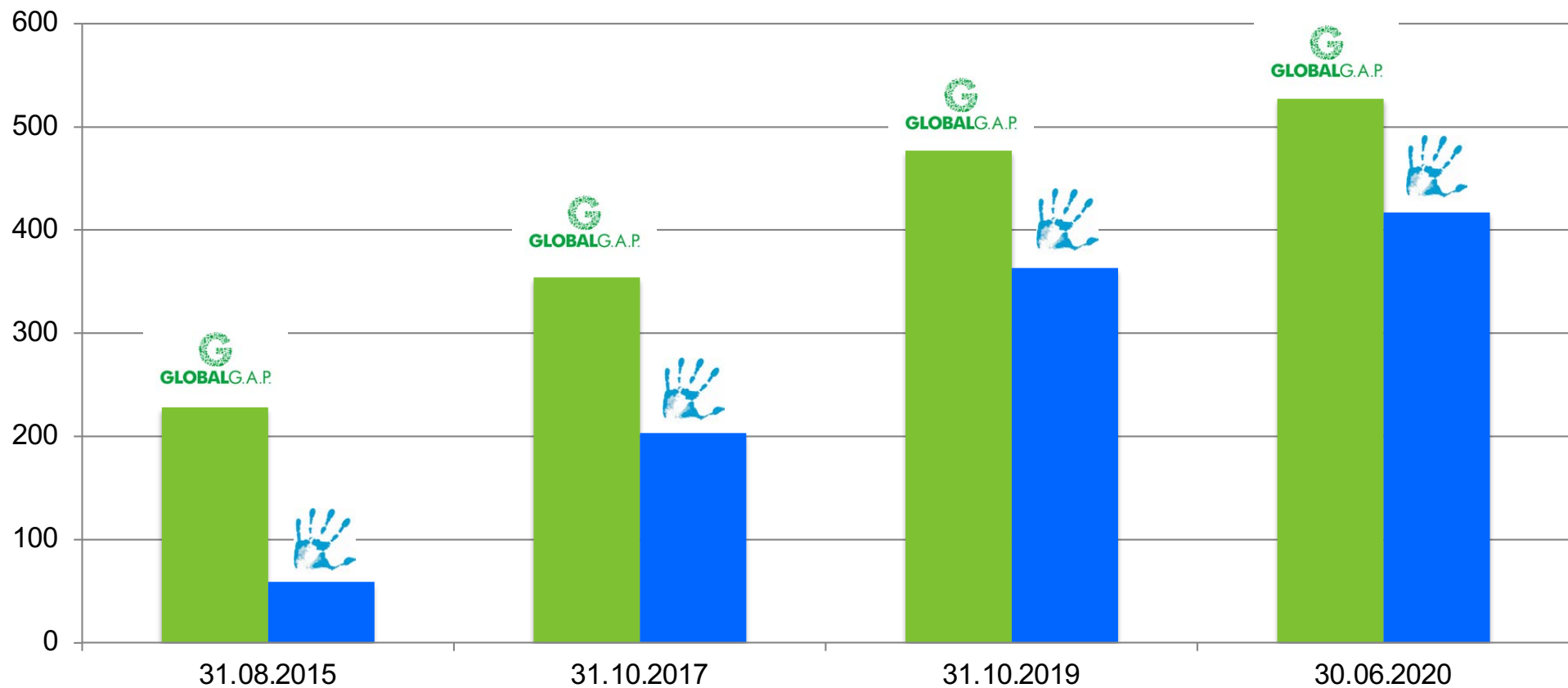




## Evolución España certificación limón GlobalGAP y Grasp (2015 - 2017 - 2019 - 2020)



**Nº certificados**

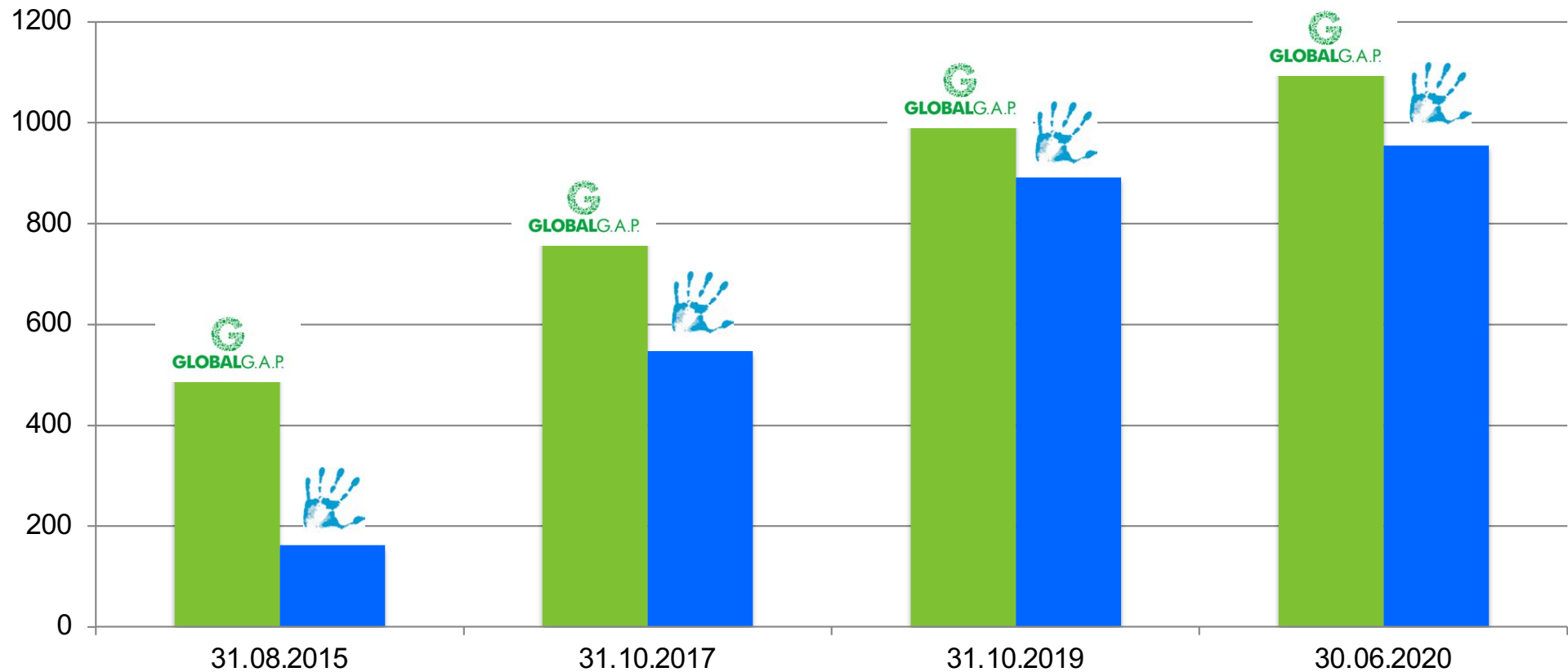




## Evolución España certificación limón GlobalGAP y Grasp (2015 - 2017 - 2019 - 2020)



### Productores





## Evolución España certificación limón GlobalGAP y Grasp (2015 - 2017 - 2019 - 2020)



**Superficie Has.**

