
Memoria

2010



Índice



1. Reuniones de Órganos de Gobierno	4
2. Actuaciones en el ámbito del sector fresco y de la producción	5
2.1 Congreso FRESH 2010 San Petersburgo	5
2.2 AILIMPO presentó en Fruit Logística 2010 el Protocolo de Certificación de Almacenes de Limón	6
2.3 Manual de tratamientos y materias activas recomendadas en limón	6
2.4 Contratos homologados de limón y pomelo para fresco 2010/2011	7
2.5 Jornada sector limón y pomelo AILIMPO 19 julio 2010 en Murcia	7
2.6 Resultados del estudio de consumo de pomelo en fresco	8
2.7 La campaña de limón de España comenzó con 27 exportadores certificados por AILIMPO	9
2.8 Estimación cosecha de limón 2010/2011 AILIMPO	10
2.9 FRESHFEL EUROPE, en cooperación con SHAFPE, da a conocer las previsiones de producción de cítricos de la cuenca mediterránea 2010/2011	10
2.10 Folleto interpretativo calidad cítricos OCDE	12
2.11 Informe USDA cítricos en UE-27 campaña 2010/2011	12
2.12 Nuevos LMR's Rusia. Clorpirifos 0.3 cítricos	13
2.13 Asamblea FRESHFEL 2010	13
2.14 Presentación en Orihuela el contrato de compra-venta de limones y pomelos y la Etiqueta de Calidad de AILIMPO	13
2.15 Seguimiento campaña de comercialización	14
2.16 Requisitos exportaciones a Rusia	14
2.17 Intrastat	14
2.18 Informe exportaciones Argentina y Tucumán Report	14
2.19 Informes campaña de cítricos de Sudáfrica	14

3. Actuaciones en el ámbito de la industria	15
3.1 <i>Contratos homologados de limón y pomelo para industria 2010/2011</i>	15
3.2 <i>Ayuda cítricos a la transformación 2009/2010</i>	15
3.3 <i>Estudio consumo MARM zumos de frutas y pomelo fresco</i>	16
3.4 <i>AILIMPO promociona el uso de zumo de limón como acidulante</i>	17
3.5 <i>Dictamen Directiva zumos CESE Bruselas 15.10.2010</i>	18
3.6 <i>Información estadística de transformación mensual</i>	19
3.7 <i>REACH: Notificación aceites esenciales ECHA, fichas de seguridad,...</i>	19
4. Otras actuaciones	20
4.1 <i>El portal de AILIMPO, premiado en los Premios Web laverdad.es</i>	20
4.2 <i>Auditoría del Sistema de la Calidad ISO 9001:2008</i>	20
5. Informe encuestas satisfacción asociados AILIMPO	21
6. Anexo estadístico año 2010	28
6.1 <i>Evolución campaña 2009/2010 de limón</i>	29
6.2 <i>Evolución campaña 2009/2010 de pomelo</i>	35
6.3 <i>Limón con destino a industria. Informe fin de campaña 2009/2010</i>	42
6.4 <i>Pomelo con destino a industria. Informe fin de campaña 2009/2010</i>	44
6.5 <i>Evolución campaña limón de Argentina 2010</i>	46
6.6 <i>Evolución campaña pomelo de Argentina 2010</i>	49
6.7 <i>Evolución campaña limón de Turquía</i>	52
6.8 <i>Evolución campaña pomelo de Turquía</i>	54
6.9 <i>Exportación de cítricos de Sudáfrica 2010</i>	56
6.10 <i>Evolución precio limón en campo. Últimas tres campañas</i>	58
7. Dossier de prensa año 2010	61

1. Reuniones de Órganos de Gobierno

Celebradas en el año 2010

ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA	COMISIÓN ECONÓMICA	JUNTA DIRECTIVA	SEGUIMIENTO MERCADO
17 Marzo	13 Enero	11 Mayo	4 Marzo
	4 Marzo	23 Junio	8 Abril
		15 Septiembre	28 Abril
		1 Diciembre	23 Septiembre
			14 Octubre
			28 Octubre
			11 Noviembre
			16 Diciembre



2. Actuaciones en el ámbito del sector fresco y de la producción

Realizadas durante el año 2010

2.1 Congreso FRESH 2010 en San Petersburgo del 13 al 15 de abril

En esta edición del Congreso participaron 260 delegados de 25 países. Rusia representó cerca del 60% de la asistencia con amplia participación de los principales importadores y minoristas. Ocho de las diez principales cadenas minoristas de Rusia asistieron a la conferencia.

Ramón Rey, Presidente de Freshfel, ha destacado la importancia de una asociación más estrecha entre los sectores de frutas de Europa y Rusia como una



herramienta esencial para acompañar el crecimiento de la categoría de productos frescos en Rusia. En la última década la categoría de productos frescos de Rusia creció en un 400% y todavía se espera un crecimiento de un 100% en los próximos 5 años.

Puntos interesantes de la conferencia:

- La recuperación económica de Rusia está en marcha y, en las oportunidades locales para los próximos años y en el extranjero producen proveedores frescos para desarrollar sus ventas en el mercado se espera que aumenten. Los signos de recuperación económica ya se ha observado en Rusia, especialmente en los principales centros urbanos de San Petersburgo y Moscú, pero la demanda interna ha seguido siendo "inestable" y la economía del país no se espera que vuelvan a los niveles anteriores a la crisis hasta 2012.
- El gobierno ruso prevé que las ventas al por menor crecen un 3,3 por ciento este año,

volviendo al nivel anterior a la crisis en el otoño de 2011.

- Con la inflación en el país se mueve en la dirección correcta (la caída de alrededor de medio a un 7,2 por ciento en los doce meses hasta febrero), las importaciones también son cada vez más barato para los consumidores gracias al rublo más fuerte. El desempleo de Rusia también ha ido disminuyendo, pero la recuperación real vendrá el próximo año. Las mejoras estructurales que llevarse a cabo en 2010.
- Los consumidores de Rusia se espera que considerar la salud como cada vez más importante en los próximos años. La fruta fresca y hortalizas se espera que beneficie tradicionales contrae sector minorista del país, teniendo más ventas en el sector de los supermercados modernos.
- Uno de los representantes de los grupos minoristas de Rusia confirmó que sector minorista de Rusia estaba creciendo a un ritmo rápido, y que los productos frescos sigue siendo un elemento clave para atraer a los consumidores y compradores.
- Las ventas de nuevos productos como aguacates y mangos sería respaldado por el control del producto mejor, por ejemplo para supervisar la madurez, ya que los consumidores procedió a pasar a más "interesante" frutos en los próximos dos años. "A raíz de la recesión, las ventas de las frutas más caras en Rusia están empezando a recuperarse, por ejemplo, las peras importadas", reveló. "Algunas frutas como las naranjas importadas españoles pueden alcanzar precios altos en Rusia. Enorme crecimiento también ha sido observada en las ventas rusas de fresas y frambuesas, sobre todo en la parte posterior de un mayor consumo durante todo el año.
- Como nueva Rusia mercado de importación de productos sigue desarrollando, el tema de la

inocuidad de los alimentos se ha convertido en un factor importante y que está ahora firmemente atrincherado en el acercamiento de su gobierno ruso para el sector. Alexey Saurin, Director General Adjunto del Servicio Federal de Rusia para la Vigilancia Veterinaria y Fitosanitaria, confirmó la política rusa con respecto a que aumenten los controles sobre la seguridad alimentaria, que son mucho más estrictas ahora que en el pasado, dado el trabajo realizado por Rosselkhoznadzor. Cada año, la organización de los controles de residuos de plaguicidas en los alimentos, con un 80 por ciento de los productos nacionales y el 20 por ciento de los productos importados marcada. En un futuro también podría contar con más controles sobre los aspectos sanitarios de la planta.

- ✿ Una revisión completa de la situación relativa al acceso al mercado se realizó en un taller dedicado. Mientras que los LMR siendo la dificultad principio, cabe señalar que los gastos administrativos, las costumbres y la facturación dificultades también se producen con regularidad que afectan el buen desarrollo de las importaciones. BASF y Dow Agrosiences presentaron sus procedimientos para la mejora de las discrepancias y la falta de armonización.
- ✿ La creación de asociaciones es uno de los puntos cruciales para el desarrollo de negocio de éxito en Rusia, señaló varios de los participantes. Comprender las diferentes mentalidades y hacer frente a las necesidades específicas del país son algunas de las normas clave para el éxito. En los últimos meses, Anecoop y Verde La estaban entre las compañías europeas que haya tomado medidas en esta dirección.

2.2 AILIMPO presentó en Fruit Logística el Protocolo de Certificación de Almacenes de Limón propio de la interprofesional

AILIMPO presentó en la reunión que celebra FRESHFEL EUROPE en el marco de la Feria Fruit Logística de Berlín, el Sistema de Certificación y Homologación de Almacenes de Limón creado por la propia interprofesional, y que se configura como un instrumento de autorregulación del sector con el fin de identificar las empresas españolas exportadoras de limón que garantizan el suministro

de limones con los máximos niveles de garantía y calidad.



El diseño y elaboración de este protocolo ha sido uno de los retos de Ailimpo cumplido durante 2009, que ha comenzado a implementarse en 2010, y que ahora se presenta de forma pública a los importadores, supermercados y cadenas de distribución europeas aprovechando la cita de Fruit Logística en Berlín, y la reunión que celebra FRESHFEL EUROPE, la Asociación Europea de Frutas y Hortalizas con sede en Bruselas. Esta presentación forma parte del plan de comunicación y marketing de Ailimpo que se realiza con el apoyo económico del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), con el fin de dar a conocer y difundir este sistema de certificación basado en la autorregulación del sector.

2.3 Manual de tratamientos y materias activas recomendadas en limón

Se consideraron: los **tratamientos postcosecha**, el **uso de herbicidas** y la lucha contra las siguientes **plagas**: Piojo blanco, Piojo rojo, Piojo gris, Serpeta, Caparreta, Cotonet, Prays citri, Ceratitis Capitata, Mosca blanca, Pulgones, Trips, Minador, Ácaro rojo, Araña amarilla, Ácaro de las maravillas, Caracoles y babosas, Aguado, Podredumbre de cuello o Gomosis y Negrilla.

El objetivo de este trabajo es doble:

- ✿ Informar al sector de la situación legal y ajustar la oferta de producto a las exigencias legales de los diferentes mercados.
- ✿ Recomendar los tratamientos de lucha más eficaces y que al mismo tiempo racionalicen el trabajo tanto en campo como en los almacenes de confección.

En este documento se han eliminado los LMR's de Rusia, puesto que actualmente se encuentran en período de actualización y están sufriendo cambios continuos. Cuando quede consolidada la legislación rusa volveremos a incluirlos en el Manual.

En todo caso, se trata de un documento informativo y que es responsabilidad del usuario verificar las autorizaciones y situación legal correspondiente, para lo que recomendamos consultar con AILIMPO o con los Servicios de Sanidad Vegetal de las distintas CCAA, cualquier duda.

2.4 Contratos homologados de limón y pomelo para fresco 2010-2011

El 17 de Junio se publicaron en el BOE los textos de los contratos de Limón y Pomelo con destino a comercialización en fresco que fueron aprobados por unanimidad por AILIMPO y posteriormente han sido homologado por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM) de acuerdo con la Ley 2/2000 reguladora de los contratos tipo de productos agroalimentarios.

En el caso del contrato de limón se trata del mismo modelo que ya ha estado vigente durante la campaña 2009/2010 que ha contribuido de manera muy positiva a dar claridad y transparencia a las operaciones de compra en campo entre agricultores y operadores comerciales.

Siguiendo el mismo modelo de texto, se ha procedido a homologar y publicar en el BOE el modelo de contrato tipo para Pomelos.

Objetivos del Contrato

El objetivo de estos contratos de compraventa de cosecha con destino a comercialización en fresco es servir de **instrumento legal para regular con claridad y transparencia la relación contractual entre los agricultores y los operadores comerciales**, de forma que las partes disponen de un modelo de contrato que ha sido consensuado por los representantes de los agricultores y los

representantes de los operadores comerciales integradas en la interprofesional AILIMPO. **Su mayor virtud es ser un modelo de contrato consensuado que protege por igual los intereses de las dos partes contratantes.**

Cláusulas del contrato

En este contrato se detallan de forma clara y sencilla los siguientes aspectos:

- ✿ Identificación de las partes
- ✿ Objeto a pactar libremente por las partes
- ✿ Identificación de las fincas
- ✿ Modalidad de compra: "A Kilos" o "Por Tanto" a pactar libremente por las partes
- ✿ Condiciones de la Recolección (fecha de inicio y finalización) y del Transporte a pactar libremente por las partes
- ✿ Precio y Descuentos a pactar libremente por las partes
- ✿ Forma y Plazo de pago a pactar libremente por las partes
- ✿ forma de pago a pactar libremente por las partes
- ✿ forma de resolver los conflictos entre las partes

Es de especial importancia la **cláusula 8ª** referente a la obligación por parte del vendedor de informar al comprador sobre los **tratamientos fitosanitarios y abonados** realizados. De esta forma el operador comercial puede disponer de la información adecuada para poder garantizar la calidad y la seguridad alimentaria del producto que se ofrece al mercado y a los consumidores.

Solución de conflictos

En caso de conflicto entre las partes, AILIMPO prestará de forma gratuita su mediación, pudiendo acudir las partes en última instancia al arbitraje del Ministerio.

2.5 Jornada sector limón y pomelo AILIMPO 19 julio 2010 en Murcia

La Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo, AILIMPO, organizó una jornada sectorial el 19 de julio, en el Salón de Actos de la Cámara de

Comercio de Murcia en la que con el título “**El Limón y el Pomelo: un sector de futuro en España**”, se desarrollaron los siguientes temas:

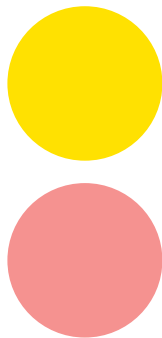
- ✿ Destacar la importancia socioeconómica de nuestro sector.
- ✿ Ofrecer los datos de consumo de limón en España.
- ✿ Hacer un balance de la campaña 2009/10.
- ✿ Trazar la estrategia de la campaña 2010/2011 que comienza en Septiembre.
- ✿ Presentar el Contrato Oficial de Compraventa de limón y pomelo para fresco homologado por el MARM publicado en el BOE.
- ✿ Presentar la Etiqueta de Calidad de los almacenes de exportación de limón español, un acuerdo interprofesional de gran relevancia futura para el sector, que goza del respaldo del MARM y de la Comisión Europea.

La jornada estuvo dirigida a todos los agentes económicos del sector: agricultores, exportadores, cooperativas, industrias de transformación... y tuvo como objetivo prestigiar un sector emblemático, pero al mismo tiempo con futuro.

La actividad fue coorganizada por AILIMPO y el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), con la colaboración de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Murcia y Cajamar.



El Limón y el Pomelo Un sector de Futuro en España



Lunes 19 de julio de 2010

**Cámara de Comercio, Industria
y Navegación de Murcia**

Plaza de San Bartolomé. Murcia



Colaboran



2.6 Resultados del estudio de consumo de pomelo en fresco

El MARM nos envió los resultados del estudio de consumo de pomelo en fresco que se elaboró en el mes de julio. Como se informó en anteriores ocasiones, este estudio se ha realizado a petición de AILIMPO, y colaboramos de forma estrecha con la entidad que realizó el trabajo de encuestas en la elaboración del cuestionario, con el fin de que el estudio fuera lo más útil posible para el sector.

Las principales conclusiones son las siguientes:

- ✿ **Pomelo**, un 65,5% desconoce qué países son productores de esta fruta. Un 23,6% menciona a España como país productor.
- ✿ En cuanto a la imagen de este producto, algo **más de la mitad** de entrevistados (54,7%) considera que **el pomelo es una fruta exótica** y también la mayoría (**54,2%**) **asocia el pomelo con dietas de adelgazamiento**.



- El consumo de pomelo está poco extendido entre los españoles. Un 16,4% lo consume con cierta frecuencia y un 83,6% no lo consume (un 39,2% lo ha probado en alguna ocasión pero no le gustó).

Entre los que consumen pomelo, el 49,4% lo consume por la mañana en el desayuno y un 20,7% a media mañana. Un 14,0% manifiesta consumirlo esporádicamente. La mayoría de entrevistados que consume esta fruta, manifiesta consumirlo sólo (67,7%).

2.7 La campaña de limón de España comenzó con 27 exportadores certificados por AILIMPO

La campaña de limón de España 2010/2011 se inició con una importante novedad: la puesta en funcionamiento del Protocolo de Ailimpo de Almacenes de Confección de Ailimpo y la

correspondiente Etiqueta de Calidad. Esta línea de trabajo nace como un acuerdo interprofesional en el marco del Reglamento 1234/2007 que goza del apoyo del MARM, y que en el mes de junio recibió la aprobación y luz verde por parte de la Comisión Europea.

El objetivo de este Sistema de Certificación y Homologación es garantizar que los exportadores y almacenes certificados cumplen una serie de requisitos mínimos en los siguientes ámbitos: Seguridad Alimentaria, Gestión Ambiental, Seguridad y Salud Laboral, Responsabilidad Social Corporativa, Cumplimiento de obligaciones fiscales y en materia de seguridad social, además del Compromiso de utilización del contrato tipo homologado en campo en las compras de limón a los agricultores.

El protocolo y la Etiqueta de Calidad asociada se configuran como un instrumento de autorregulación del sector con el fin de identificar las empresas españolas exportadoras de limón que garantizan el suministro de limones con los máximos niveles de garantía y calidad

El proceso de certificación tiene carácter voluntario, y permite a las empresas que se certifican disponer de un elemento no sólo de diferenciación, sino también una distinción a través de la marca/logo propio, para garantizar a sus clientes que funcionan con las mejores prácticas dentro del sector de limón español representado por la interprofesional Ailimpo que está reconocida oficialmente por el Ministerio de Agricultura español y por la Comisión Europea.

ETIQUETA DE CALIDAD Y CERTIFICACIÓN PARA LOS EXPORTADORES DE LIMÓN DE ESPAÑA

ailimpo
Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo

11.000000_3_201011_Marzo_2010
Tel. +34 948 71 66 19 Fax. +34 948 22 69 47
E-mail: aia@ailimpo.com www.ailimpo.com

PROTOCOLO · REGLAMENTO · INSTRUCCIONES USO DE LAS MARCA · SOLICITUDES Y DOCUMENTOS · SALA DE PRENSA · CONTACTO

<p>ETIQUETA DE CALIDAD Y CERTIFICACIÓN PARA LOS EXPORTADORES DE LIMÓN DE ESPAÑA</p> <p>Folleto Informativo</p> <p>Ficha resumen</p> <p>Presentación Powerpoint</p> <p>Lista de Empresas Certificadas</p>	<p>QUALITÄTSLABEL UND ZERTIFIZIERUNG FÜR ZITRONENEXPORTIERER AUS SPANIEN</p> <p>Informations-broschüre</p> <p>Datenblatt</p> <p>Präsentation PowerPoint</p> <p>Liste der zertifizierten Unternehmen</p>	<p>LABEL DE QUALITE ET CERTIFICATION POUR LES EXPORTATEURS DE CITRON ESPAGNOLS</p> <p>Document d'information</p> <p>Fiche</p> <p>Présentation PowerPoint</p> <p>Liste des entreprises certifiées</p>	<p>QUALITY LABEL AND CERTIFICATION FOR SPANISH LEMON EXPORTERS</p> <p>Information Leaflet</p> <p>File</p> <p>PowerPoint Presentation</p> <p>List of Certified Companies</p>
--	---	--	---

Micosede web Etiqueta de Calidad de AILIMPO

Con el inicio de la campaña 2010/2011, son 27 las empresas exportadoras de limón español que tienen sus instalaciones certificadas bajo este protocolo. El listado de estas empresas es público y puede consultarse en la siguiente dirección de internet donde además está disponible la información detallada de la Etiqueta de Calidad en inglés, francés, alemán y español.

<http://www.ailimpo.com/cert>

2.8 Estimación cosecha de limón 2010/2011 AILIMPO

AILIMPO elaboró el balance de campaña de limón 2009/2010 ya finalizada el 31 de agosto, y preparó el primer informe técnico de previsión de campaña 2010/2011. La primera estimación de cosecha de la interprofesional indica una previsión de producción de 807.000 toneladas, una cifra que supone un incremento medio del 20% respecto a la pasada campaña, y que desde AILIMPO se califica como "normal" en términos de volumen, y "excepcional" en términos de calidad.

La pasada campaña de limón 2009/2010 se cerró con una producción total en España de 673.000 toneladas, un nivel de producción que se califica como bajo, debido a la anormal caída de cosecha de la variedad verna

Para la próxima campaña 2010/2011, de acuerdo con los datos obtenidos de la base muestral de las fincas testigo de la interprofesional, se prevé un aumento de producción de limón (toneladas) en el entorno del 20% debido al importante aumento del número de frutos por árbol, de forma que se podría alcanzar una producción total de 807.000 toneladas en función del tamaño con que sean recolectados. El incremento se da en las dos variedades (fino y verna), siendo más acusado en la variedad verna. El aumento de producción respecto al año pasado se prevé que sea absorbido por un incremento de la oferta de exportación en fresco donde será necesario competir con la oferta turca en el inicio de la campaña y con el limón argentino y sudafricano a partir del mes de mayo. Así mismo, se prevé un aumento de la cantidad destinada a transformación en zumo.

La campaña de limón de España comenzará a principio de octubre y vendrá limitada en las primeras semanas tanto por la cantidad de limón disponible (debido a que el calibre de los limones es

en estos momentos inferior al de la campaña pasada), como por la capacidad de desverdizado, de forma que no será hasta noviembre cuando se desarrolle la actividad con regularidad y mayores e importantes volúmenes.

En cuanto a la calidad, las condiciones climatológicas y las prácticas de cultivo realizadas como poda, tratamientos, abono y riego, permiten garantizar esta campaña una oferta de limón español de excelente calidad, con buenas pieles, alto contenido en zumo y calibres comerciales.

Histórico de Producción de LIMON en España (toneladas por campaña)

Campaña 2005/2006	1.105.234
Campaña 2006/2007	1.090.000
Campaña 2007/2008	552.192
Campaña 2008/2009	945.562
Campaña 2009/2010	673.075
Campaña 2010/2011 *	807.000

*Previsión Ailimpo

2.9 FRESHFEL EUROPE, en cooperación con SHAFFE, da a conocer las previsiones de producción de cítricos de la cuenca mediterránea 2010/2011

Esta temporada la producción de cítricos en los países de la Cuenca del Mediterráneo podría alcanzar un total de 17,1 millones de toneladas, una disminución del 2,2% respecto al año pasado. Estos datos son parte del trabajo realizado por Freshfel Europe, junto con SHAFFE para mejorar la transparencia de la información disponible para el sector.

"Los datos de producción se elaboran en el marco de un esfuerzo conjunto entre Freshfel Europe y SHAFFE (Asociación de Exportadores de Frutas Frescas del Hemisferio Sur) para garantizar la transparencia del mercado y poner en común la información disponible de diferentes fuentes. Estamos muy satisfechos de fomentar el espíritu de cooperación entre la comunidad de cítricos en todo el mundo, lo que nos permite la consolidación de los datos de producción para el hemisferio norte (en septiembre/octubre) y el Hemisferio Sur (en marzo/abril). Esta cooperación también permite un mejor intercambio de puntos de vista sobre asuntos de interés para los operadores de cítricos de ambos hemisferios", manifestó José Antonio García (Director de AILIMPO), Presidente del Grupo de Trabajo de Cítricos Freshfel, grupo que toma el liderazgo en el sector con esta iniciativa.

Freshfel Europe estimó que la **producción total de cítricos** en la Cuenca del Mediterráneo podría alcanzar este año 17,1 millones de toneladas. El principal país productor, España, se está recuperando de los bajos niveles de producción del año pasado con un aumento del 9% en su producción total de cítricos, llegando a 5,9 millones de toneladas. Italia e Israel prevén una disminución de un 22% y un 10% respectivamente. Ligeros aumentos de producción se esperan en Turquía (1%) y Chipre (6%), mientras que en Marruecos, las primeras estimaciones del sector indican una producción total de cítricos de casi 1,3 millones de toneladas, un 2% menos respecto al año pasado. Grecia espera una producción bastante similar en comparación con el año pasado. Freshfel lamentó el hecho de que en ese momento Egipto no pudiera dar ninguna estimación para la producción de cítricos para la próxima campaña.

En cuanto a los detalles por producto, la producción de **Naranja** se prevé que será un 6% inferior a la de la pasada temporada en la Cuenca Mediterránea. Esto se debe principalmente a un descenso de la producción en Italia (-27%), Israel (-18%) y Turquía (-15%). La producción en España se prevé que aumente en un 9%, mientras que Chipre, Grecia y Marruecos producirán cantidades similares a las del año anterior. Cabe señalar que habrá un retraso de madurez en casi dos semanas en España, así como algunos otros países productores. Philippe Binard, Delegado General de Freshfel comentó: *"El comienzo retrasado de la temporada de naranja del Hemisferio Norte permitirá una transición más suave entre los dos hemisferios, de hecho, los envíos*

del Hemisferio Sur a Europa están finalizando y desplazándose a Rusia, Medio Oriente o Asia, lo que permitirá liquidar los stocks". Y añadió: *"Este año el Hemisferio Sur ha exportado más naranjas en general (+6%) que el año pasado, destacando los aumentos a Europa (+28%) y Rusia (+18%), mientras que hubo disminución a Oriente Medio y Asia. Se espera que el mercado en Europa no se encuentre sobreofertado".* Esta tendencia de evolución de los mercados en cítricos de Hemisferio Sur ha sido muy diferente de la experimentada en otras frutas como manzanas y peras cuyos volúmenes han sido inferiores en Europa y Rusia comparando con Asia, Medio Oriente o EEUU.



En **Pequeños Cítricos** se prevé que la producción en la Cuenca Mediterránea aumente un 3,3% en su conjunto gracias al aumento del 25% en Turquía, así como Chipre (10%), Israel (10%) y España (5%). Los niveles de producción en Grecia se espera que se mantengan estables en general, con descensos anunciados en Italia (-10%) y Marruecos (-5%), en este caso debido a la caída en las variedades tardías que se compensa parcialmente con las nuevas plantaciones de Afourer. Philippe Binard comentó: *"En el caso de los Pequeños Cítricos y contrariamente a la situación de las naranjas, es importante destacar que Marruecos prevé iniciar de forma anticipada en 2 semanas, lo que podría suponer un mejor escalonamiento de la oferta global en el mercado".*

En lo que respecta a los **Limones**, la producción en el Mediterráneo se prevé que aumente en un 4,5% en total, con aumentos en la producción en España (20%), Turquía (15%) y Chipre (10%), mientras que Italia espera una reducción del 20%. La campaña de verano fue muy positiva para el Hemisferio Sur, con precios altos debido a la finalización temprana de la oferta española, y un mayor equilibrio de la oferta entre los mercados de fresco y procesado en el Hemisferio Sur. Argentina se vio afectada por las heladas, pero mantuvo sus volúmenes exportados. El mercado está en este momento activo con la

liquidación de stocks de Argentina y llegada de los primeros limones turcos.

Por último, la producción de **Pomelo** en la Cuenca Mediterránea se prevé con una caída del 9,5% en total, debido principalmente a una caída del 14% en la producción de Israel y en un 10% en la producción de Turquía. Sólo España espera un aumento de la producción (6%), mientras que los demás países productores parecen tener una producción estable. Philippe Binard declaró, *"Hay una preocupación creciente en el sector sobre el estancamiento o la disminución de la demanda para los pomelos blancos y los malos resultados económicos para los agricultores. Varios países productores parecen estar invirtiendo en frutas distintas del pomelo, lo que podría traer más estabilidad"*.

"Los datos son una Previsión que irá evolucionando conforme se desarrolle la campaña y por lo tanto serán actualizados con el fin de disponer de una visión lo más completa posible de la Cuenca Mediterránea, junto a las previsiones de Estados Unidos que estarán disponibles a mediados de Octubre, lo que permitirá un análisis más amplio de la situación", concluyó José Antonio García.

2.10 Folleto interpretativo calidad cítricos OCDE


















Finalizaron los trabajos de elaboración del Folleto **Interpretativo de las normas de calidad de Cítricos (Naranjas, Mandarinas, Limones y Pomelos) de la OCDE**. Ailimpo ha venido trabajando junto al Ministerio de Comercio y MARM los dos últimos años aportando los comentarios y fotografías relativos a limones y pomelos.

La finalidad de este folleto de la OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económico) es facilitar de una forma ilustrativa la



interpretación de las normas de calidad tanto por parte de los Servicios de Inspección oficiales de los distintos países, como por parte de los agentes comerciales: exportadores, importadores, clientes... Por lo que puede ser un buen instrumento que permita resolver discrepancias entre las partes.

En el caso de LIMONES, los parámetros de calidad considerados y sobre los que se ofrece un detalle fotográfico de clasificación en Categorías Extra, 1ª, 2ª y No aptos para comercialización son los siguientes:

-  Color Externo
-  Malformaciones
-  Forma del Pezón
-  Coloración Verde del Pezón
-  Rugosidad
-  Trips
-  Heridas cicatrizadas
-  Manchas Negrilla
-  Heridas sin cicatrizar
-  Oleocelosis
-  Daños externos por frío
-  Daños internos por frío
-  Envejecimiento
-  Presencia de cochinillas
-  Cancrosis
-  Puntos negros
-  Podrido

2.11 Informe USDA cítricos en UE-27 campaña 2010/2011



AILIMPO ha colaborado de forma activa con los responsables del informe del USDA, sobre producción de cítricos en la UE para la campaña 2010/2011 en la

Embajada de EEUU en Madrid, de forma especial en demostrar que los datos de producción oficiales del MARM (Suma de las CCAA de Murcia, Valencia y Andalucía) de 633.600 tons, están fuera de la realidad y fuertemente infravalorados, debido fundamentalmente a lo erróneo de los datos de la Comunidad Valenciana. Como consecuencia, el informe recoge de forma adicional la estimación de cosecha de Ailimpo de 810.000 toneladas, además de recoger varios comentarios sobre la situación de desarrollo de la campaña actual de limón y de pomelo.

2.12 Nuevos LMR´s Rusia. Clorpirifos 0.3 cítricos

La Comisión Europea a FRESHFEL nos informó sobre las modificaciones que se introdujeron en Rusia en la legislación de Pesticidas y Nitratos. Los Draft Addendum 14 (pesticidas) y 15 (Nitratos) están disponibles sólo en ruso. Hay que destacar que el CLORPIRIFOS EN CÍTRICOS APARECE CON UN LMR DE 0.3. Se indican los nuevos LMR´s introducidos por esta modificación legislativa.

Se trata en todo caso de un borrador (aunque muy avanzado y comunicado a la CE y por tanto oficial).


2.13 Asamblea FRESHFEL 2010





El jueves 3 de junio, se celebró en Bruselas la Asamblea anual de Freshfel, la Asociación Europea de Frutas y Hortalizas, de la que Ailimpo es miembro desde hace 4 años.

La Asamblea nombró al nuevo Consejo de Dirección para el bienio junio 2010-junio 2012 que será presidido de nuevo por Ramón Rey (Eurobanan). El Director de Ailimpo, José Antonio García, fue renovado en su cargo de miembro del Consejo en su calidad de Presidente del Comité de Cítricos.

Os recordamos que nuestra pertenecía a Freshfel nos ofrece la posibilidad de disponer de una plataforma excepcional para conocer de primera mano la evolución de las políticas comunitarias en frutas y hortalizas. La constitución en el seno de Freshfel del Comité de Cítricos presidido por Ailimpo nos ha permitido disponer de una mayor y mejor información sobre el desarrollo de la campaña en los hemisferios norte y sur al mismo tiempo que nos ha posibilitado mejorar las relaciones con otros países productores, incentivando la cooperación dentro de la competencia normal de las campañas.

Además, en la Asamblea se hizo un repaso a los trabajos de Freshfel durante el último ejercicio en especial los relativos a:

-  **Desarrollos del sector:** tendencias en la producción de frutas y hortalizas, mejora del funcionamiento en la cadena de suministro, tendencias de consumo...

-  **Calidad y Seguridad Alimentaria:** Normas de calidad, etiquetado, trazabilidad, controles en las importaciones...
-  **Sostenibilidad:** Aspectos medioambientales y responsabilidad social.
-  **Política comercial:** Acceso a Mercados, Acuerdos Multilaterales, Grupo de Expertos de Cítricos...
-  **Salud y Nutrición:** Seguimiento del Plan de Promoción del consumo en las escuelas, alegaciones nutricionales y saludables.

Y un largo etcétera de actividades.

2.14 Presentación en Orihuela del contrato de compra-venta de limones y pomelos y la Etiqueta de Calidad de AILIMPO

Durante la jornada organizada por la Consellería de Agricultura, Pesca y Alimentación de la Comunidad Valenciana para promover la utilización de los contratos en campo de cítricos, el Director de AILIMPO, José Antonio García, presentó el contrato de compra-venta de limones y pomelos para su comercialización en fresco.

Así mismo, expuso las razones por la que AILIMPO ha creado la etiqueta de calidad y certificación de exportadores de limón y aclaró que para poder certificarse se adquiere un compromiso de generalización de uso del contrato homologado en campo.



2.15 Seguimiento campaña de comercialización

Siguiendo la línea de trabajo de años anteriores, se han mantenido diversas reuniones en AILIMPO por parte de la Comisión de Fresco con objeto de elaborar los aforos de producción así como para analizar el desarrollo de la campaña de producción y comercialización. Para ello, los servicios técnicos de AILIMPO han elaborado informes detallados que han servido de instrumento para un debate y propuesta de actuaciones a lo largo de todo el año.

2.16 Requisitos exportaciones a Rusia

AILIMPO ha seguido manteniendo su posición ante la compleja negociación y situación sobrevenida tras la firma del Memorandum entre la UE y la Federación Rusa sobre la seguridad de las exportaciones vegetales.

Fruto de ello, la Oficina de la Comisión Europea a FRESHFEL adelantó, el 10 de mayo, las

modificaciones que se iban a introducir en Rusia en la legislación de Pesticidas y Nitratos, destacando el nuevo LMR para Clorpirifos que pasaba a ser de 0,3 mg/kg.

Posteriormente, en la reunión del grupo Roosenthal celebrada el 18 de junio se confirmó a los Estados Miembros que el adendum nº 14 de la GN 1.2.1323-03 había sido definitivamente aprobado.

Igualmente, AILIMPO ha informado puntualmente de cualquier novedad que se produjese en la lista de Laboratorios Autorizados.

En este punto ha mantenido su posición de que debe establecerse un mecanismo de recuperación de autorización a los laboratorios que hayan sido excluidos con motivo de incumplimientos, y en todo caso, habilitarse un sistema de contraanálisis con las debidas garantías.

2.17 Intrastat

Como se viene haciendo en años anteriores, se ha prestado, a las empresas que lo han solicitado, el servicio de cumplimentación y presentación ante la AEAT de las declaraciones estadísticas mensuales de Intrastat.

2.18 Informes de exportaciones de Argentina y Tucumán Report

Durante el año 2010 se han enviado a los asociados los informes semanales sobre cargas de limón de exportadores argentinos con indicación de nº de pallets, fecha de carga y nombre del barco y puerto de destino. Además semanalmente se ha enviado un informe de coyuntura exhaustivo del desarrollo de la campaña de nuestro principal competidor Argentina.

2.19 Informes campaña de cítricos de Sudáfrica

Durante la campaña de exportación de cítricos de Sudáfrica, AILIMPO ha enviado periódicamente informes estadísticos de envíos semanales, así como unos breves comentarios de su situación de mercado.



3. Actuaciones en el ámbito de la industria

Realizadas durante el año 2010

3.1 Contratos homologados de limón y pomelo para industria 2010/2011

El 17 de Junio se publicaron en el BOE los textos de los contratos de Limón y Pomelo con destino a transformación en zumo que fueron aprobados por unanimidad por AILIMPO y posteriormente fueron homologados por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), de acuerdo con la Ley 2/2000 reguladora de los contratos tipo de productos agroalimentarios.

Se trata de dos modelos de contrato nuevos que se presentan al sector una vez que ha desaparecido el régimen de ayudas a la transformación de cítricos de la UE. A partir de la próxima campaña 2010/2011 el mercado de cítricos para industria queda liberalizado y ya no hay obligación de firmar un contrato para percibir las ayudas europeas que ya están desacopladas al 100%. Pero precisamente por este hecho, AILIMPO ha trabajado en la línea de consensuar un texto de contrato tipo que sirva de modelo para que productores, cooperativas o exportadores puedan utilizarlo en las operaciones de venta de limones y pomelos a las industrias de transformación.

Se trata, por tanto, de un modelo de contrato de uso voluntario, pero que constituye una herramienta muy útil, ya que es un contrato consensuado por el sector en el seno de la interprofesional, por lo que es un contrato "equilibrado", es decir, que protege por igual a ambas partes: comprador y vendedor, que libremente pactan las condiciones de entrega, volúmenes, precios, especificaciones de calidad, plazos de pago...pero en un marco global que ofrece una máxima garantía.

Solución de conflictos

En caso de conflicto entre las partes, AILIMPO prestará de forma gratuita su mediación, pudiendo acudir las partes en última instancia al arbitraje del Ministerio.

3.2 Ayuda cítricos a la transformación 2009/2010

1.013,18 €/ha para limones, resultado de repartir el "Cheque Limón" de 13.333.000 € entre las 13.159,59 has que han cumplido los requisitos

El FEGA publicó el 6 de mayo la ayuda por hectárea que percibirán los productores de cítricos que hayan cumplido los requisitos establecidos en el artículo 61 del RD 1612/2008, correspondiente a la

Cítrico	Ayuda €/ha.
Limones	1.013,18 €/ha
Naranjas, mandarinas, clementinas y satsumas	568,80 €/ha
Pomelos y Toronjas	60,82 €/ha

Campaña 2009/10 resultando:

Los niveles de ayuda de limones, naranjas, mandarinas, clementinas y satsumas para esta campaña son ligeramente inferiores a los que se establecieron la campaña pasada debido a que han sido un número mayor de hectáreas las que han cumplido los requisitos exigibles.






En el caso del limón, AILIMPO solicitó el establecimiento de una partida **presupuestaria específica para limón**, lo que se denominó el **"Cheque Limón" de 13.333.000 €, lo que ha permitido que la ayuda para los limones haya alcanzado el importe de 1.013,18 €/ha**. Si AILIMPO no hubiera defendido con éxito este

posicionamiento, se hubiera repartido un cheque global para todos los cítricos de 93.733.000 € entre todas las has de cítricos (155.493,82 has) y la ayuda para los limones hubiera sido de tan solo 602,81 € (un 40% menos).



3.3 Estudio consumo MARM zumos de frutas y pomelo fresco

El MARM nos envió los **resultados del estudio de consumo de zumos de frutas y de pomelo en fresco** que se elaboró en el mes de julio. Este estudio se ha realizado a petición de AIZCE y AILIMPO, y hemos colaborado de forma estrecha con la entidad que ha realizado el trabajo de encuestas en la elaboración del cuestionario, con el fin de que el estudio fuera lo más útil posible para el sector.


Las principales conclusiones son las siguientes:

-  La **frecuencia media de consumo de zumos** de los españoles es de **14,9 días al mes**. El **52,9%** de la población **consume zumos todos o casi todos los días** en el hogar y tan sólo un 0,2% manifiesta no consumirlos nunca. Por sexo, las mujeres consumen zumo con más frecuencia que los hombres. Por edad, a medida que aumenta ésta disminuye la frecuencia de consumo de zumo.
-  **En establecimientos de restauración** el consumo de zumos desciende considerablemente. La frecuencia media se sitúa en **2,5 veces al mes**. Fuera del hogar, el hombre consume zumo con más frecuencia que las mujeres y los entrevistados con edades entre 36 y 55 años más que el resto.
-  Los principales **motivos** que justifican el consumo de zumos son, por este orden: tener un **sabor** agradable, ser muy **saludables** y poseer muchas **vitaminas**.
-  **En 6 de cada 10 hogares** el consumo de zumos se extiende a **todos los miembros** de la familia.
-  La **naranja** es la **fruta estrella para el consumo de zumos**. El 82,3% manifiesta

consumir zumo de naranja. En segundo lugar destaca la piña, mencionada por algo más de la mitad de entrevistados (51,1%).

-  Los principales **momentos del día** en que se consumen zumos son el **desayuno y la merienda**. El 47,7% de los entrevistados considera que la cantidad diaria de zumo que se debe consumir son 2 vasos, un 36,3% piensa que con uno es suficiente.
-  En cuanto a la tipología, un **35,2%** manifiesta consumir solamente **zumos elaborados en casa**, un 17,6% sólo toma zumos envasados y el resto, un 47,2% consume de ambos tipos, tanto hechos en casa como envasados.



-  La **mayoría de entrevistados (69,8%)** sabe lo que es un zumo natural y/o recién exprimido, pero la confusión aumenta cuando comenzamos a hablar de zumo a base de concentrado, zumo envasado y

néctar de frutas. El 42,4% sabe lo que es un zumo de concentrado, el 39,1% conoce la definición de zumo envasado y un 33,6% acierta con la definición de néctar de frutas. Un 22,4% conoce la definición de las 4 tipologías de zumos analizadas en el estudio.

- ✿ El 90,7% de entrevistados que consumen zumos y néctares envasados, considera que éstos llevan en su composición colorantes y conservantes y prácticamente el mismo porcentaje, 90,6%, piensa que llevan azúcares añadidos.
- ✿ Los **supermercados** son el **establecimiento habitual para la compra de zumos**. El 64,5% de los entrevistados que consumen zumos envasados, considera que la **oferta que encuentran** en los establecimientos es **amplia** y un 31,9% piensa que es suficiente. Por sexo, los hombres se muestran menos satisfechos en cuanto a variedad que las mujeres. Un 6,7% considera que la variedad es escasa.
- ✿ La **satisfacción** con la **colocación y diferenciación** de los zumos respecto a otras bebidas en los establecimientos es **elevada**. 9 de cada 10 entrevistados que adquiere este tipo de producto considera que está bien diferenciado del resto de bebidas (con gas, isotónicas, etc).
- ✿ El **brik** es el **formato preferido** a la hora de comprar zumos envasados. El 86,6% lo adquiere en este formato.
- ✿ Los consumidores de zumos envasados principalmente buscan en estos productos que les aporten vitaminas.
- ✿ La **mayoría de entrevistados** que consume zumos envasados manifiesta consultar el etiquetado de estos productos (**62,5%**). La fecha de caducidad es la información que con más facilidad encuentran en los envases y la forma de elaboración es el tipo de información que a veces no aparece reflejada.

- ✿ El **53,5%** de entrevistados manifiesta **haber visto publicidad de zumos** en los últimos meses. La televisión es el principal medio donde recuerda haberse visto. Un 32,5% considera que la publicidad de zumos es engañosa, un 24,9% piensa que es clara y un 18,1% cree que ofrece poca información.
- ✿ Centrándonos en el tema del **Pomelo**, un 65,5% desconoce qué países son productores de esta fruta. Un 23,6% menciona a España como país productor.
- ✿ En cuanto a la imagen de este producto, algo **más de la mitad** de entrevistados (54,7%) considera que **el pomelo es una fruta exótica** y también la mayoría (**54,2%**) **asocia el pomelo con dietas de adelgazamiento**.
- ✿ El **consumo de pomelo** está **poco extendido** entre los españoles. Un 16,4% lo consume con cierta frecuencia y un 83,6% no lo consume (un 39,2% lo ha probado en alguna ocasión pero no le gustó).
- ✿ Entre los que consumen pomelo, el 49,4% lo consume por la mañana en el desayuno y un 20,7% a media mañana. Un 14,0% manifiesta consumirlo esporádicamente. La mayoría de entrevistados que consume esta fruta, manifiesta consumirlo sólo (67,7%).

3.4 AILIMPO promociona el uso de zumo de limón como acidulante

- ✿ AILIMPO, con el fin de promocionar y difundir en el seno de la industria alimentaria española la sustitución del ácido cítrico de síntesis (E-330) por zumo de limón concentrado ha creado una microsección web específica www.ailimpo.com/zumodelimon En esta microsección, con el fin de despejar algunas dudas de carácter económico y técnico sobre el uso de zumo de limón concentrado, se exponen una serie de documentos informativos, así como unos estudios sobre el potencial de uso del zumo de limón, los costes asociados de su uso y la pruebas técnicas realizadas en el Centro

Tecnológico Nacional de la Conserva junto con unas catas de consumo.

ZUMO DE LIMÓN SUSTITUTO DEL E-330



C/ Villaverde, 3, 50501, Móra, SPAIN
Tel: +34 968 21 96 12 Fax: +34 968 22 29 02
Email: informacion@ailimpo.com www.ailimpo.com



NATURAL vs ARTIFICIAL

DE QUÉ SE TRATA

RESUMEN
PRESENTACIÓN AILIMPO
PRESENTACIÓN UMH (esp)
PRESENTACIÓN UMH (eng)

POTENCIAL DE USO

COSTES

PRUEBAS TÉCNICAS

CATAS DE CONSUMO

MERMELADA DE FRESA
MERMELADA DE MELOCOTÓN
CONSERVA DE ALCACHOFA
CONSERVA DE PIMIENTO
CONSERVA DE MELOCOTÓN
CONSERVA DE PERA



- El ácido cítrico (E 330) es uno de los aditivos artificiales más utilizados en la industria de alimentación y bebidas como acidulante o regulador del PH. Por otra parte, el ácido cítrico natural es uno de los principales componentes del limón por lo que **el uso de zumo de limón se plantea como una alternativa válida, natural y sana a la utilización del E 330.**

- Se trata por tanto de una propuesta para sustituir el uso de un aditivo artificial obtenido por síntesis química y sustituirlo por un aditivo 100% natural como es el zumo de limón, cuyas propiedades nutritivas y saludables están ampliamente contrastadas, dando respuesta a las demandas de los consumidores por disponer de productos sanos y saludables. Conviene recordar que, además de los altos niveles de vitamina C, los limones contienen un gran número de nutrientes como ácido cítrico (*natural*), ácido ascórbico, minerales y flavonoides y que



NATURAL vs ARTIFICIAL

recientemente, la investigación de los componentes químicos naturales de los limones, ha revelado que las propiedades beneficiosas del limón también se deben precisamente a los flavonoides (flavona hesperidina y flavona

diosmina) por lo que su aprovechamiento industrial en el campo agroalimentario y farmacológico tiene un potencial de desarrollo muy considerable

- Además de su empleo en zumo de frutas y néctares puede utilizarse en otros productos de alimentación como conservas vegetales, confituras, jaleas, mermeladas...

3.5 Dictamen Directiva zumos CESE Bruselas 15.10.2010

Presentación del Dictamen del Consejo Económico y Social Europeo (CESE) sobre la propuesta de la Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se modifica la Directiva 2001/112/CE del Consejo relativa a los zumos de frutas y otros productos similares destinados a la alimentación humana

- Bruselas, 15 de diciembre de 2010
- Ponente: Pedro Narro (ASAJA Bruselas)
- Experto: José Antonio García (AIZCE)

II.Presentación del Dictamen NAT/483 en la Sección Especializada de Agricultura, Desarrollo Rural y Medio Ambiente del CESE

Las principales conclusiones del dictamen presentado son:

- El CESE apoya la iniciativa de la Comisión Europea de modificar por segunda vez la Directiva de zumos 2011/112 con objeto de adecuarla a la Norma General del Codex para Zumos y Néctares de Frutas.
- La prohibición de añadir azúcar a los zumos de frutas es una medida adecuada para fomentar la prevención contra la obesidad. Sin embargo, el CESE no comparte la obligación adicional de etiquetar los néctares como azucarados.
- El CESE lamenta que la propuesta de Directiva omitan el apartado de ingredientes autorizados la adición de zumo de mandarina al zumo de naranja hasta un 10%. por lo que debería incluirse en el texto de la Directiva.
- La redacción del segundo apartado del anexo II debería mencionar expresamente la posibilidad de que la fruta destinada a la elaboración de

puré de frutas y zumos, haya podido estar sometida a tratamientos post cosecha.



- v. El CESE muestra su satisfacción por la inclusión del tomate en la lista de frutas destinadas a la producción de zumo de frutas.
- vi. El CESE muestra su satisfacción por el mantenimiento de la doble clasificación/denominación.
- vii. El CESE valora de forma positiva la opcionalidad en la reconstitución de aromas a los zumos a base de concentrado.

II. Enmiendas presentadas

Se presentan 3 enmiendas sobre:

- Obligatoriedad de etiquetar los néctares como azucarados.
- Supresión de la mención específica sobre la posibilidad de que la fruta destinada a la transformación haya sido sometida a tratamientos postcosecha.
- Inclusión de un nuevo punto para utilizar la mención "sin azúcar añadido" en zumos de frutas.

En el transcurso del debate y discusión, tanto el ponente como el experto ampliaron la información y preguntas planteadas.

Las 3 enmiendas son rechazadas.

III. Resultado de la votación

El Dictamen se aprueba por la Sección Especializada con el siguiente resultado de la votación:

A favor del Dictamen presentado: 35 votos.

En contra del Dictamen presentado: 2 votos.

Abstenciones: 4.

IV. Próximo paso

El Dictamen aprobado se presentará al pleno del CESE en el mes de enero 2011.

3.6 Información estadística de transformación mensual

Se han elaborado mensualmente informes estadísticos de transformación por industrias.

3.7 REACH: Notificación aceites esenciales ECHA, fichas de seguridad,...

Un total de 9 industrias realizaron la notificación de los siguientes productos:

- d-limonene (®-p-mentha-1.8-diene).
- Orange sweet, ext.
- Lemon, ext.

Así mismo, se estableció como conveniente la realización de los siguientes trabajos:

- Una etiqueta CLP común -ya entregada en la notificación-, (Reglamento (CE) 1272/2008).
- Una hoja de datos de seguridad común (Reglamento (CE) 453/2010).
- Una etiqueta ADR (Directiva 2008/68/CE y Real Decreto 2115/1998).
- Una etiqueta como aditivo alimentario (Reglamento (CE) 1333/2008).
- Una etiqueta de aroma alimentario (Reglamento (CE) 1334/2008).

4. Otras actuaciones

Realizadas durante el año 2010

4.1 El portal de ALLIMPO, premiado en los Premios Web *laverdad.es*

Tras una breve presentación multimedia que destacaba los principales valores de cada uno de los tres seleccionados para optar al Premio de la Mejor Web de Asociaciones, escuchamos al conductor de la Gala, el humorista Goyo Jiménez, el nombre de la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo, ALLIMPO, como ganadora, y la invitación a que subiera su Presidente, José Andrés López Martínez, a recoger el premio de manos de Juan Antonio Campillo, subdirector general de Cajamurcia.



José Andrés López se dirigió a continuación a las autoridades, empresarios y candidatos presentes en el Paraninfo de la Universidad de Murcia para felicitar al resto de candidatos, agradecer la distinción recibida, recordar la importancia de los críticos en la economía murciana y destacar la creciente presencia de la organización ALLIMPO en los mercados y foros internacionales del sector.



4.2 Auditoria del Sistema de la Calidad ISO 9001:2008

La Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo, ALLIMPO, superó con éxito la auditoría del Certificado de Registro de Empresa de AENOR, con el nº ER-0107/2004, que evidencia la conformidad de su Sistema de Gestión de la Calidad con la norma UNE-EN ISO 9001:2008.

Buscar continuamente la satisfacción de sus asociados y asegurar que los servicios suministrados a los mismos son seguros, fiables y cumplen las normas, instrucciones y requisitos aplicables, es compromiso prioritario de la Política de la Calidad de ALLIMPO.



Además, con el fin de seguir buscando la satisfacción de sus asociados, ALLIMPO se ha comprometido a someterse a la autoevaluación mediante el modelo de Excelencia EFQM durante 2011, buscando así la Gestión Total de la Calidad. Si hay una certificación que sirva de ejemplo de excelencia es, sin duda el Sello de Excelencia EFQM, un reconocimiento europeo que ya lucen orgullosas muchas empresas y que sirve tanto para evaluar determinados servicios de manera individual como para calificar a toda la institución de manera global.

5. Informe encuestas satisfacción asociados AILIMPO

Realizadas durante el año 2010

AILIMPO, con el ánimo de continuar con la política de mejora de la calidad y conocer el cumplimiento de la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus asociados, elabora todos los años unas encuestas de satisfacción del asociado que se remiten a los operadores comerciales, industrias de transformación y organizaciones miembro.

Una vez recibidas las encuestas y analizados los resultados, se ha elaborado un informe comparativo con años anteriores.

De él se pueden sacar principalmente las siguientes conclusiones:

- La valoración global de los servicios de AILIMPO ha experimentado una mejoría desde 2008.
- Ha aumentado el número de respuestas, situándose en media en más de un 40% de los destinatarios.

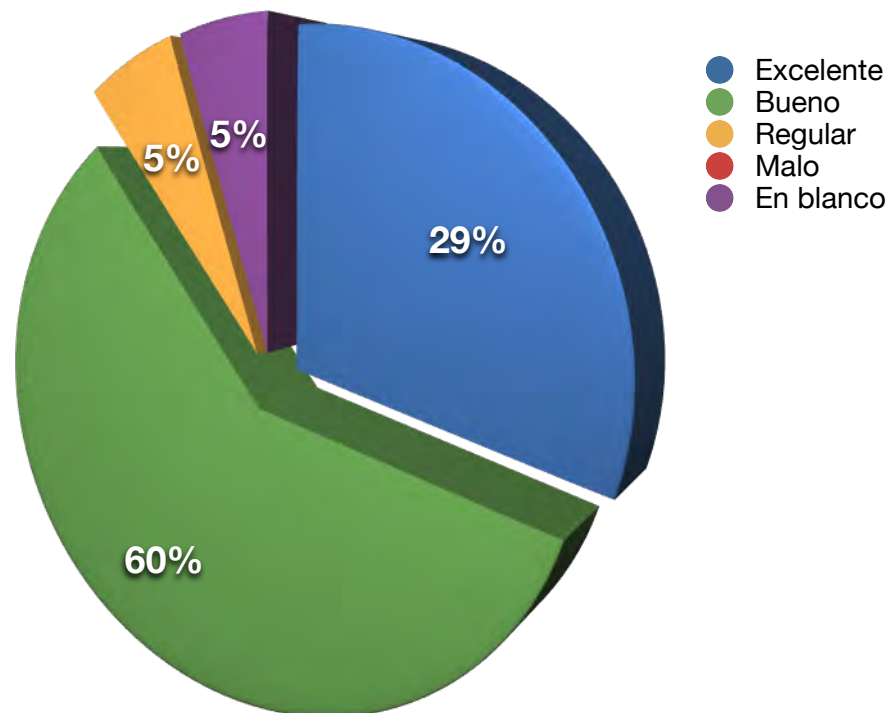
- Prácticamente todas las respuestas se mueven en un rango de valor “Bueno-Excelente”, no habiendo ninguna valoración “Malo”.
- En aquellos casos excepcionales en que la valoración ha sido “Regular” en algunas de las cuestiones, Ailimpo se ha puesto en contacto con el fin de conocer la causa de la respuesta e implantar acciones correctivas con carácter inmediato.

Es para AILIMPO una satisfacción que se valore positivamente su trabajo y actitud, lo que hace que nos esforcemos aún más para continuar con esta tendencia al alza en la valoración que hacéis de nuestro trabajo.



Exportadores y Cooperativas

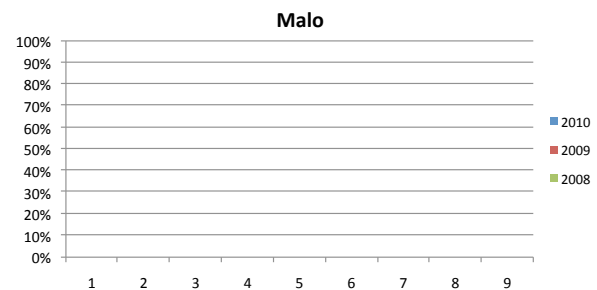
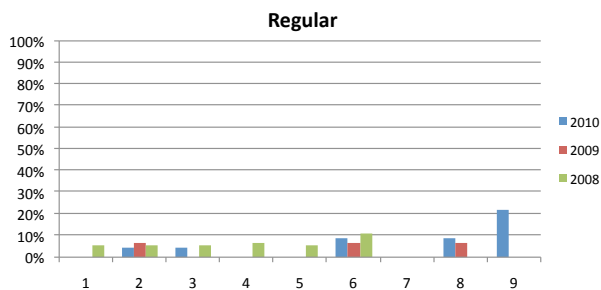
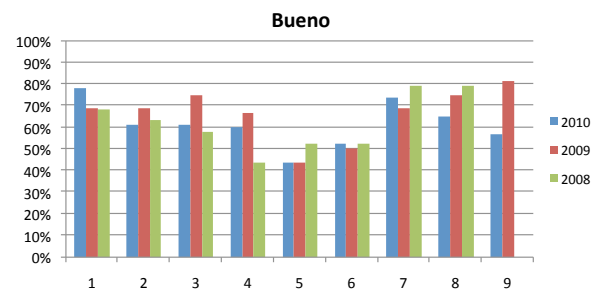
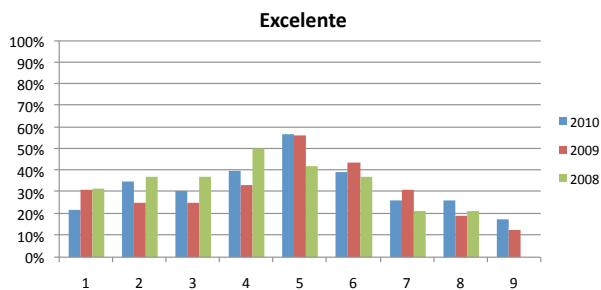
	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	21,7%	78,3%	0,0%	0,0%
Valoración Informes estadísticos de exportaciones	34,8%	60,9%	4,3%	0,0%
Valoración Informes Argentina (Barcos, Tucumán Report,...)	30,4%	60,9%	4,3%	0,0%
Valoración Informes Turquía y Sudáfrica	26,1%	65,2%	4,3%	0,0%
Valoración Newsletter AILIMPO	17,4%	65,2%	4,3%	0,0%
Valoración de la tramitación declaración INTRASTAT	40,0%	60,0%	0,0%	0,0%
Valoración información requisitos de exportación (Rusia, EEUU,...)	21,7%	69,6%	4,3%	0,0%
Atención a los asociados	56,5%	43,5%	0,0%	0,0%
Capacidad y rapidez de respuesta en la prestación de los diferentes servicios	39,1%	52,2%	8,7%	0,0%
Calidad de la documentación facilitada	26,1%	73,9%	0,0%	0,0%
Valoración de la página web / intranet	26,1%	65,2%	8,7%	0,0%
Valoración de las reuniones de seguimiento de la campaña (jueves)	17,4%	56,5%	21,7%	0,0%
Valoración de la iniciativa de AILIMPO de crear un protocolo de certificación de almacenes de confección de limón	39,1%	52,2%	8,7%	0,0%



Índice de eficacia de encuestas: Encuestas devueltas (23)/ encuestas enviadas (67)x 100 = 34 %

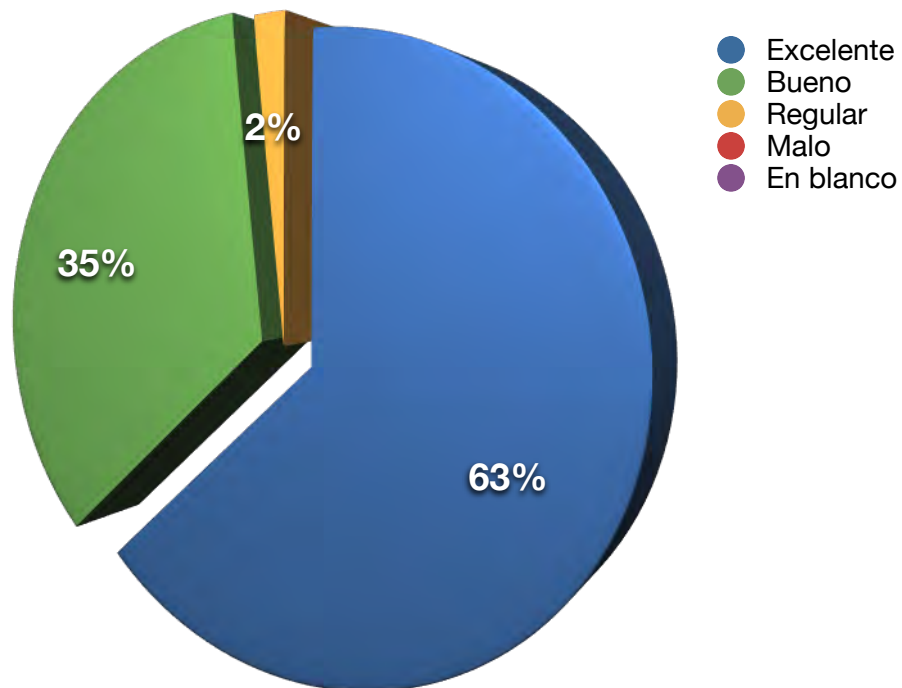
Exportadores y Cooperativas

		Excelente	Bueno	Regular	Malo	
1	Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	2010	21,7%	78,3%	0,0%	0,0%
		2009	31,3%	68,8%	0,0%	0,0%
		2008	31,6%	68,4%	5,3%	0,0%
2	Valoración Informes estadísticos de exportaciones	2010	34,8%	60,9%	4,3%	0,0%
		2009	25,0%	68,8%	6,3%	0,0%
		2008	36,8%	63,2%	5,3%	0,0%
3	Valoración Informes Argentina (Barcos, Tucumán Report,...)	2010	30,4%	60,9%	4,3%	0,0%
		2009	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%
		2008	36,8%	57,9%	5,3%	0,0%
4	Valoración de la tramitación declaración INTRASTAT	2010	40,0%	60,0%	0,0%	0,0%
		2009	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%
		2008	50,0%	43,8%	6,3%	0,0%
5	Atención a los asociados	2010	56,5%	43,5%	0,0%	0,0%
		2009	56,3%	43,8%	0,0%	0,0%
		2008	42,1%	52,6%	5,3%	0,0%
6	Capacidad y rapidez de respuesta en la prestación de servicios	2010	39,1%	52,2%	8,7%	0,0%
		2009	43,8%	50,0%	6,3%	0,0%
		2008	36,8%	52,6%	10,5%	0,0%
7	Calidad de la documentación facilitada	2010	26,1%	73,9%	0,0%	0,0%
		2009	31,3%	68,8%	0,0%	0,0%
		2008	21,1%	78,9%	0,0%	0,0%
8	Valoración de la página web / intranet	2010	26,1%	65,2%	8,7%	0,0%
		2009	18,8%	75,0%	6,3%	0,0%
		2008	21,1%	78,9%	0,0%	0,0%
9	Valoración de reuniones de seguimiento de campaña (jueves)	2010	17,4%	56,5%	21,7%	0,0%
		2009	12,5%	81,3%	0,0%	0,0%
		2008				



Industrias

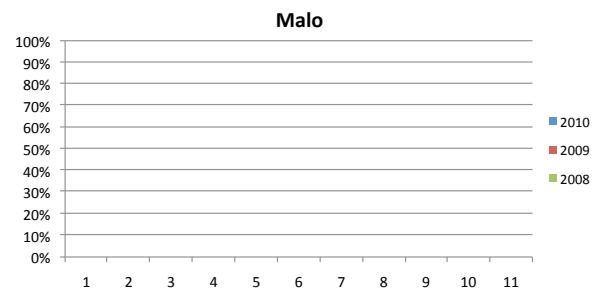
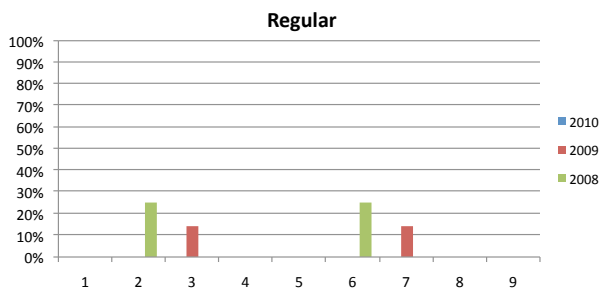
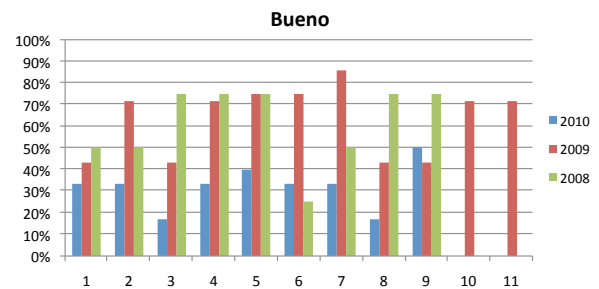
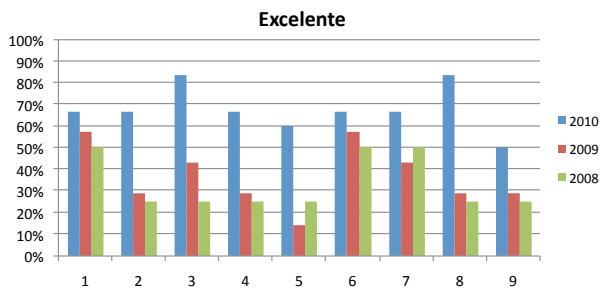
	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
Valoración Información contratación inicial	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
Valoración Informes mensuales de transformación	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%
Valoración Información Argentina	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
Valoración Puesta al día de la reglamentación aplicable	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%
Atención a los asociados (Trato personal recibido, recepción telefónica, etc.)	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
Capacidad y rapidez de respuesta en la prestación de los diferentes servicios	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
Calidad de la información y documentación facilitada	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%
Valoración de la página web / intranet	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Informes pre-aforo y aforo de AILIMPO	33,3%	50,0%	16,7%	0,0%



Índice de eficacia de encuestas: Encuestas devueltas (6)/ encuestas enviadas (12) x 100 = 50 %

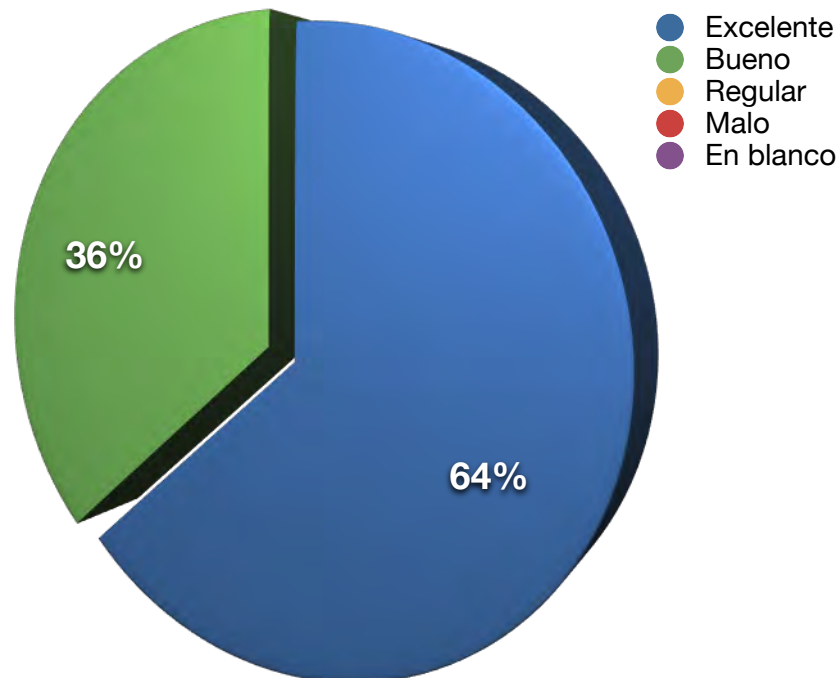
Industrias

		Excelente	Bueno	Regular	Malo	
1	Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	2010	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
		2009	57,1%	42,9%	0,0%	0,0%
		2008	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
2	Valoración Información contratación inicial	2010	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
		2009	28,6%	71,4%	0,0%	0,0%
		2008	25,0%	50,0%	25,0%	0,0%
3	Valoración Informes mensuales de transformación	2010	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%
		2009	42,9%	42,9%	14,3%	0,0%
		2008	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%
4	Valoración Información Argentina	2010	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
		2009	28,6%	71,4%	0,0%	0,0%
		2008	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%
5	Valoración Puesta al día de la reglamentación aplicable	2010	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%
		2009	14,3%	85,7%	0,0%	0,0%
		2008	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%
6	Atención a los asociados	2010	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
		2009	57,1%	42,9%	0,0%	0,0%
		2008	50,0%	25,0%	25,0%	0,0%
7	Capacidad y rapidez de respuesta en la prestación de servicios	2010	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
		2009	42,9%	42,9%	14,3%	0,0%
		2008	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
8	Calidad de la información y documentación facilitada	2010	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%
		2009	28,6%	71,4%	0,0%	0,0%
		2008	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%
9	Valoración de la página web / intranet	2010	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
		2009	28,6%	71,4%	0,0%	0,0%
		2008	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%



Organizaciones

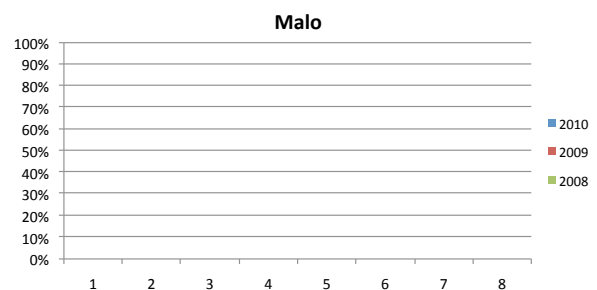
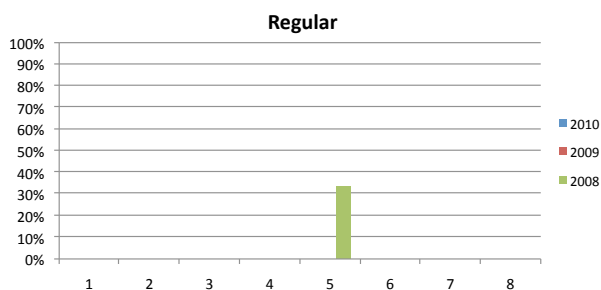
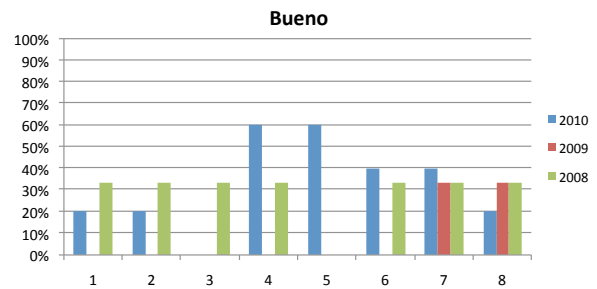
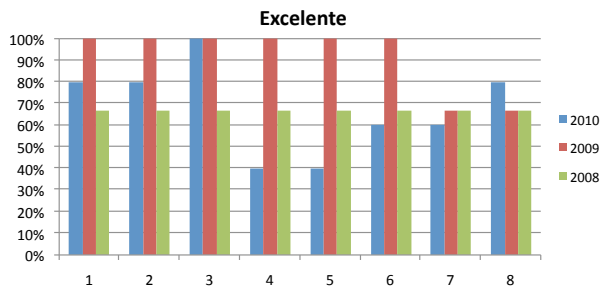
	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%
Valoración Informes estadísticos de exportaciones	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%
Valoración Informes Argentina (Barcos, Tucumán Report,...)	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Valoración Informes Turquía y Sudáfrica	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Valoración Newsletter AILIMPO	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Valoración información requisitos de exportación (Rusia, EEUU,...)	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%
Atención a los asociados	25,0%	75,0%	0,0%	0,0%
Capacidad y rapidez de respuesta en la prestación de los diferentes servicios	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Calidad de la documentación facilitada	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Valoración de la página web / intranet	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%
Valoración de la iniciativa de AILIMPO de crear un protocolo de certificación de almacenes de confección de limón	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%



Indice de eficacia de encuestas: Encuestas devueltas (4)/ encuestas enviadas (12)x 100 = 33 %

Organizaciones

		Excelente	Bueno	Regular	Malo	
1	Valoración del servicio general que le presta AILIMPO	2010	80,0%	20,0%	0,0%	0,0%
		2009	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
		2008	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
2	Valoración Informes estadísticos de exportaciones	2010	80,0%	20,0%	0,0%	0,0%
		2009	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
		2008	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
3	Valoración Informes Argentina (Barcos, Tucumán Report,...)	2010	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
		2009	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
		2008	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
4	Valoración información requisitos de exportación (Rusia, EEUU,...)	2010	40,0%	60,0%	0,0%	0,0%
		2009	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
		2008	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
5	Atención a los asociados	2010	40,0%	60,0%	0,0%	0,0%
		2009	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
		2008	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%
6	Capacidad y rapidez de respuesta en la prestación de servicios	2010	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%
		2009	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
		2008	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
7	Calidad de la documentación facilitada	2010	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%
		2009	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
		2008	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
8	Valoración de la página web / intranet	2010	80,0%	20,0%	0,0%	0,0%
		2009	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
		2008	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%



6. Anexo estadístico

Año 2010

- 6.1 Evolución campaña 2009/2010 de limón*
- 6.2 Evolución campaña 2009/2010 de pomelo*
- 6.3 Limón con destino a industria. Informe fin de campaña 2009/2010*
- 6.4 Pomelo con destino a industria. Informe fin de campaña 2009/2010*
- 6.5 Evolución campaña limón de Argentina 2010*
- 6.6 Evolución campaña pomelo de Argentina 2010*
- 6.7 Evolución campaña limón de Turquía*
- 6.8 Evolución campaña pomelo de Turquía*
- 6.9 Exportación de cítricos de Sudáfrica 2010*
- 6.10 Evolución precio limón en campo. Tres últimas campañas*



6.1 Evolución campaña 2009/2010 de limón

De 1 de septiembre de 2009 a 31 de agosto de 2010

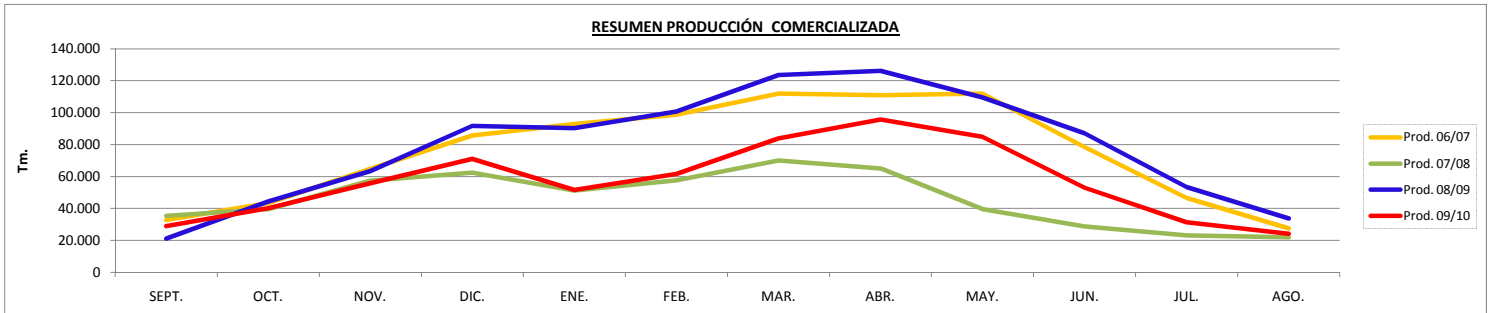


EVOLUCIÓN CAMPAÑA 2009/2010

RESUMEN PRODUCCIÓN COMERCIALIZADA

	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	TOTAL
CAMP. 09/10	28.994	40.186	55.918	71.039	51.690	61.696	83.870	95.689	84.819	53.016	31.357	24.224	682.498
CAMP. 08/09	21.157	44.376	63.414	91.758	90.287	100.801	123.521	126.278	109.593	87.175	53.405	33.762	945.527
CAMP. 07/08	35.290	39.679	57.397	62.422	51.256	57.588	70.021	65.080	39.536	28.826	23.134	21.963	552.192
CAMP. 06/07	32.723	43.346	64.795	85.651	92.846	98.782	111.953	111.034	111.895	78.488	46.693	27.495	905.701

(Tm.)

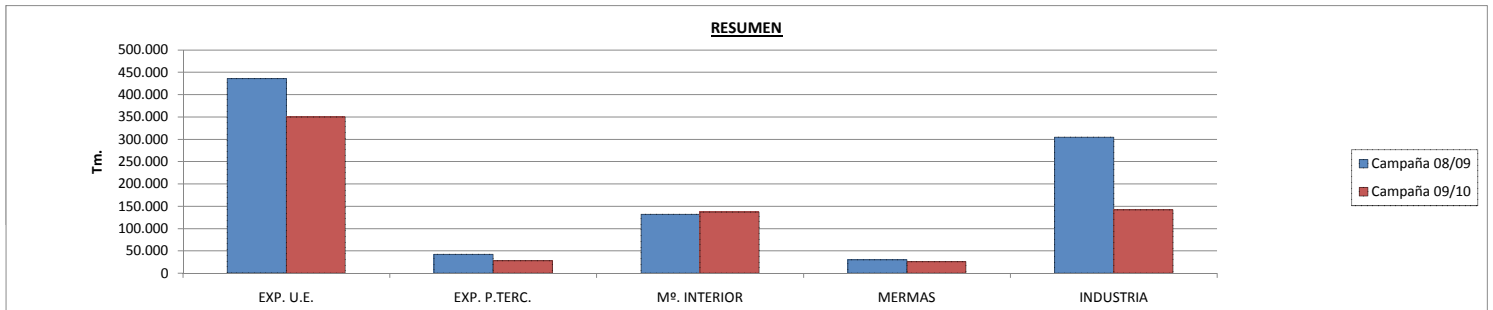


RESUMEN				
	06/07	07/08	08/09	09/10
EXP. U.E.	416.806	289.684	436.125	349.625
EXP. P.TERC.	69.132	24.483	42.260	28.251
Mº. INTERIOR	150.000	150.000	132.000	136.800
MERMAS	31.797	23.208	30.519	25.734
INDUSTRIA	237.966	64.817	304.623	142.089
TOTAL	905.701	552.192	945.527	682.498

(Tm.)

Fuentes:

- (1) AEAT
- (2) SOIVRE
- (3) MAPA
- (4) 5% (Exportación + mº nal.)
- (5) AILIMPO



EVOLUCIÓN CAMPAÑA 2009/2010

EXPORT. PAÍSES COMUNITARIOS

	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	TOTAL
CAMP. 09/10	12.224	23.413	35.640	46.172	28.376	31.370	36.656	39.389	43.123	27.079	15.076	11.107	349.625
CAMP. 08/09	8.187	26.632	37.990	52.346	45.181	39.050	46.054	52.435	48.434	40.600	23.376	15.841	436.125
CAMP. 07/08	17.077	23.045	34.335	39.991	28.130	27.823	36.628	34.151	20.045	13.002	8.267	7.189	289.684
CAMP. 06/07	13.456	23.222	36.475	48.399	39.139	42.033	49.476	50.882	49.967	34.955	18.527	10.275	416.806

(Tm.)

EXPORT. PAÍSES TERCEROS

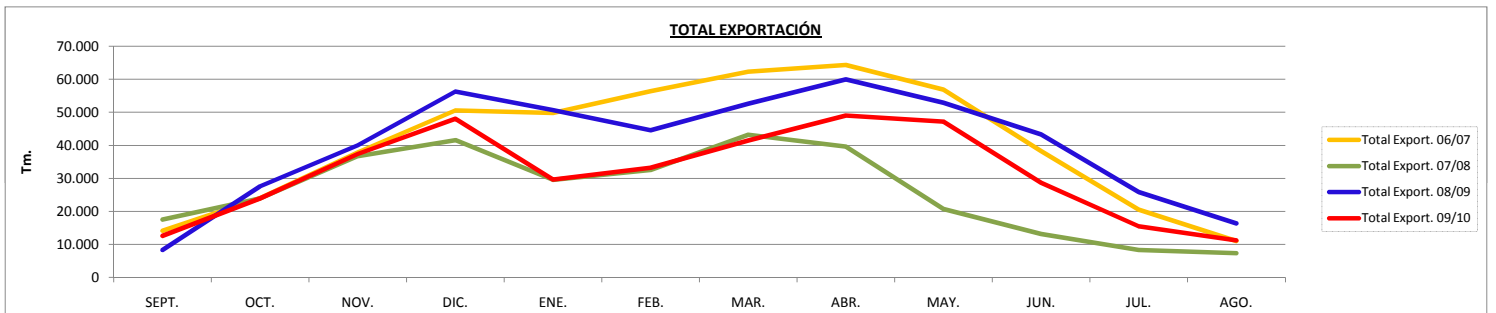
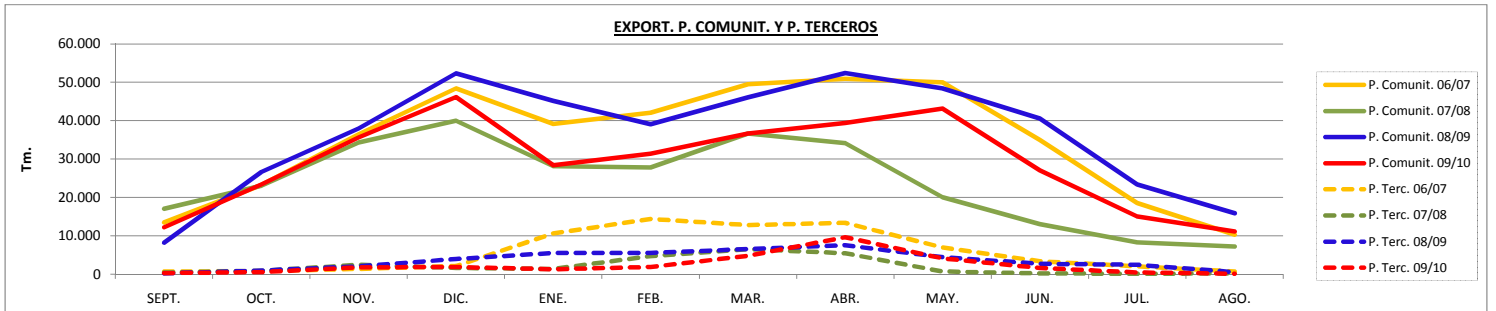
	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	TOTAL
CAMP. 09/10	308	540	1.770	1.864	1.302	1.882	4.800	9.606	4.075	1.616	410	79	28.251
CAMP. 08/09	151	953	1.993	3.975	5.483	5.504	6.540	7.550	4.437	2.682	2.469	523	42.260
CAMP. 07/08	457	880	2.404	1.574	1.360	4.723	6.544	5.466	656	164	82	172	24.483
CAMP. 06/07	654	793	1.388	2.140	10.632	14.334	12.817	13.404	6.924	3.329	1.995	722	69.132

(Tm.)

TOTAL EXPORTACIÓN

	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	TOTAL
CAMP. 09/10	12.532	23.953	37.411	48.035	29.679	33.251	41.455	48.995	47.197	28.695	15.486	11.185	377.875
CAMP. 08/09	8.338	27.585	39.983	56.321	50.664	44.554	52.594	59.985	52.870	43.282	25.845	16.364	478.385
CAMP. 07/08	17.534	23.925	36.739	41.565	29.490	32.546	43.173	39.617	20.701	13.166	8.349	7.361	314.167
CAMP. 06/07	14.110	24.015	37.863	50.539	49.771	56.366	62.293	64.286	56.891	38.284	20.522	10.997	485.937

(Tm.)

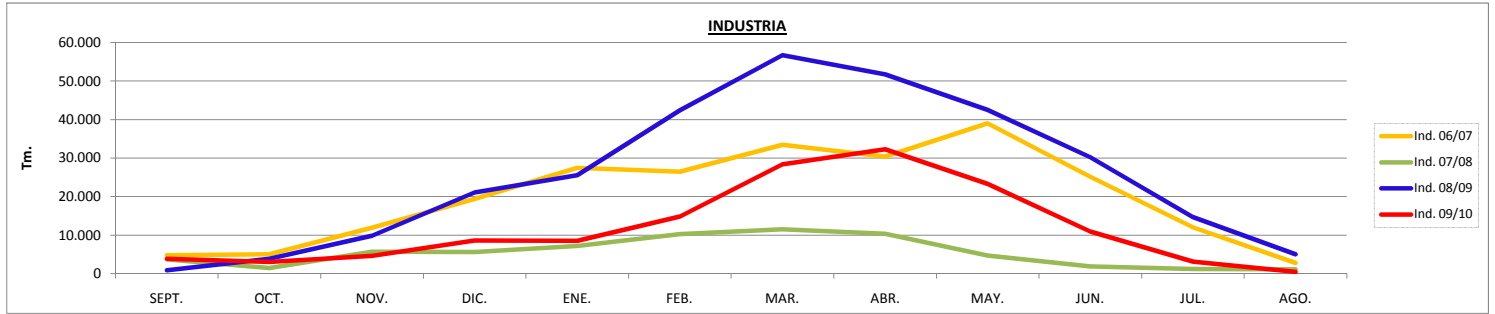


EVOLUCIÓN CAMPAÑA 2009/2010

INDUSTRIA

	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	TOTAL
CAMP. 09/10	3.865	3.065	4.667	8.632	8.557	14.812	28.373	32.274	23.292	10.916	3.127	508	142.089
CAMP. 08/09	852	3.862	9.883	21.071	25.540	42.469	56.747	51.744	42.530	30.179	14.718	5.029	304.623
CAMP. 07/08	3.755	1.433	5.696	5.654	7.166	10.290	11.565	10.357	4.675	1.877	1.242	1.108	64.817
CAMP. 06/07	4.783	5.006	11.914	19.459	27.461	26.473	33.420	30.409	39.034	25.165	12.019	2.823	237.966

(Tm.)



EXPORTACIÓN DE **LIMÓN** A PAÍSES COMUNITARIOS
 COMPARATIVO ACUMULADO DE CAMPAÑA
 DESDE 1 SEPTIEMBRE HASTA 31 AGOSTO
 CAMPAÑA 2009/2010

PAIS	Total LIMÓN 09/10	Total LIMÓN 08/09	Diferencia	Diferencia %
ALEMANIA	89.340.672	99.107.628	-9.766.956	-10%
FRANCIA	78.971.053	75.073.506	3.897.547	5%
POLONIA	46.610.426	62.597.694	-15.987.268	-26%
GRAN BRETAÑA	40.046.942	47.971.439	-7.924.497	-17%
ITALIA	25.255.164	55.327.252	-30.072.088	-54%
HOLANDA	15.626.306	23.792.259	-8.165.953	-34%
BELGICA	9.380.077	9.027.427	352.650	4%
SUECIA	7.274.980	8.537.287	-1.262.307	-15%
REP. CHECA	6.544.661	11.182.537	-4.637.876	-41%
PORTUGAL	6.240.203	5.512.000	728.203	13%
AUSTRIA	5.257.395	9.240.107	-3.982.712	-43%
DINAMARCA	4.149.634	4.030.446	119.188	3%
HUNGRIA	2.902.374	6.149.543	-3.247.169	-53%
ESLOVAQUIA	1.759.637	3.829.594	-2.069.957	-54%
LITUANIA	1.732.574	2.460.555	-727.981	-30%
IRLANDA	1.627.386	2.234.218	-606.832	-27%
FINLANDIA	1.508.506	1.395.150	113.356	8%
ESLOVENIA	1.364.710	2.973.768	-1.609.058	-54%
GRECIA	1.343.501	1.486.346	-142.845	-10%
RUMANIA	840.110	810.119	29.991	4%
LETONIA	775.227	1.388.955	-613.728	-44%
ESTONIA	586.798	942.814	-356.016	-38%
BULGARIA	208.409	847.636	-639.227	-75%
LUXEMBURGO	160.258	188.727	-28.469	-15%
CHIPRE	98.516	0	98.516	-----
MALTA	19.158	17.650	1.508	9%
Total general	349.624.677	436.124.657	-86.499.980	-20%

Fuente: A.E.A.T.

EXPORTACIÓN DE **LIMÓN** A TERCEROS PAÍSES
COMPARATIVO ACUMULADO DE CAMPAÑA
DESDE 1 SEPTIEMBRE HASTA 31 AGOSTO
CAMPAÑA 2009/2010

PAIS	Total LIMÓN 09/10	Total LIMÓN 08/09	Diferencia	Diferencia %
RUSIA, FED.	13.416.328	17.894.789	-4.478.461	-25%
SUIZA	6.719.719	7.187.628	-467.909	-7%
CROACIA	1.827.403	3.141.159	-1.313.756	-42%
NORUEGA	1.210.463	1.069.855	140.608	13%
UCRANIA	764.235	762.412	1.823	0,2%
BOSNIA-HERZEGOVINA	695.748	1.407.816	-712.068	-51%
ESTADOS UNIDOS	603.887	3.295.465	-2.691.578	-82%
SERBIA	522.885	1.343.446	-820.561	-61%
BRASIL	491.483	165.627	325.856	197%
KAZAJSTAN	461.954	1.312.942	-850.988	-65%
BIELORRUSIA	411.096	1.230.484	-819.388	-67%
ARGELIA	345.796	956.765	-610.969	-64%
MONTENEGRO	191.788	260.667	-68.879	-26%
CANADA	132.216	201.036	-68.820	-34%
EMIRAT. ARABES UNIDOS	97.530	563.422	-465.892	-83%
ANDORRA	90.211	103.155	-12.944	-13%
ARGENTINA	67.320	0	67.320	-----
CABO VERDE	53.868	55.088	-1.220	-2%
GIBRALTAR	29.181	54.451	-25.270	-46%
ARMENIA	24.000	63.480	-39.480	-62%
QATAR	22.080	44.353	-22.273	-50%
BAHRAIN	21.360	87.360	-66.000	-76%
MACEDONIA	21.120	523.053	-501.933	-96%
MOLDAVIA	14.161	14.463	-302	-2%
LIBERIA	7.983	5.428	2.555	47%
GUINEA ECUATORIAL	2.437	1.390	1.047	75%
COSTA DE MARFIL	2.216	0	2.216	-----
MARRUECOS	1.619	15.111	-13.492	-89%
MAURITANIA	205	306	-101	-33%
GUINEA	165	0	165	-----
GHANA	100	0	100	-----
ARABIA SAUDITA	46	149.943	-149.897	-100%
GUAM	39	0	39	-----
SINGAPUR	0	120.240	-120.240	-100%
HONG KONG	0	72.000	-72.000	-100%
MALASIA	0	67.343	-67.343	-100%
TIERRAS AUST FRANCIA	0	50.948	-50.948	-100%
KUWAIT	0	31.733	-31.733	-100%
ISLANDIA	0	4.320	-4.320	-100%
OMÁN	0	1.980	-1.980	-100%
SENEGAL	0	100	-100	-100%
GAMBIA	0	8	-8	-100%
Total general	28.250.642	42.259.766	-14.009.124	-33%

Fuente: SOIVRE (Valencia)

6.2 Evolución campaña 2009/2010 de pomelo

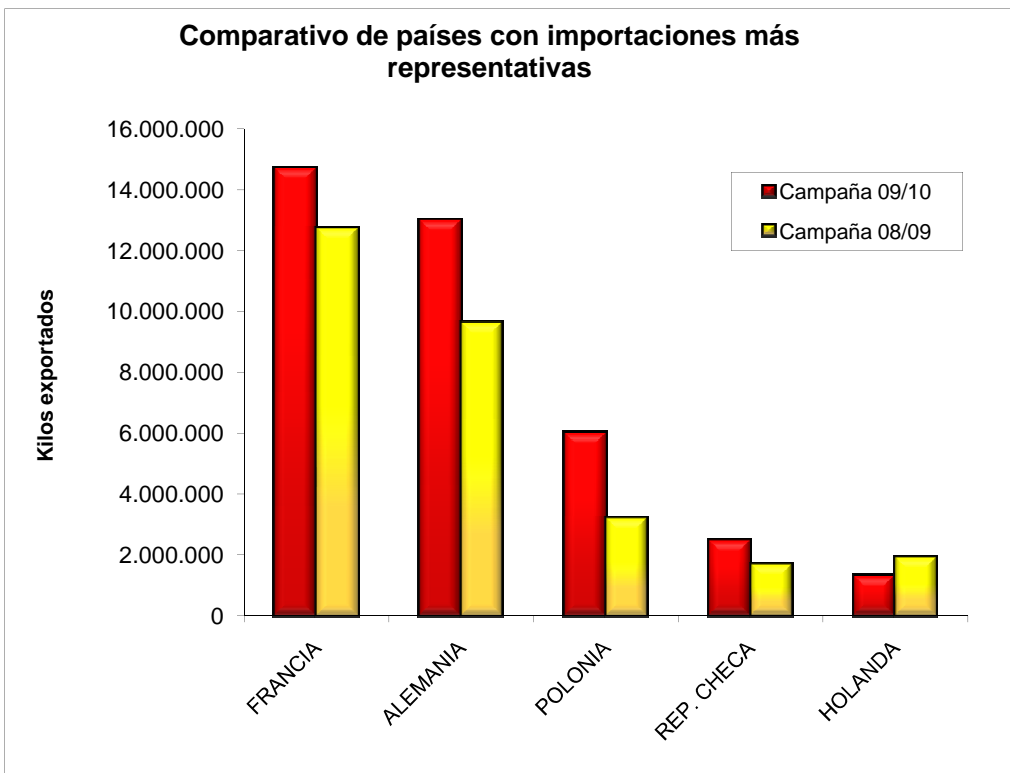
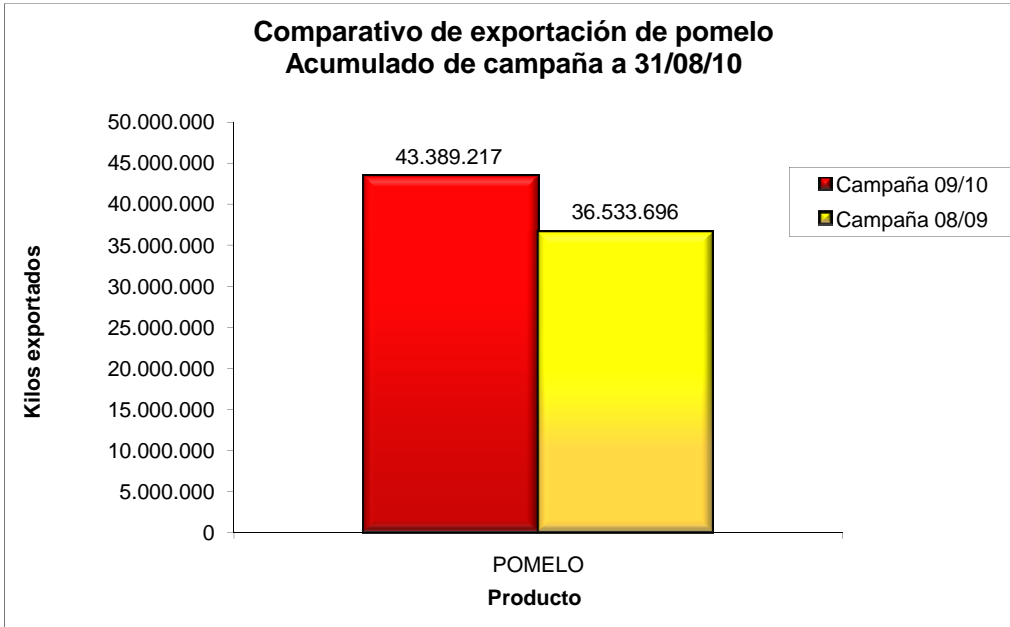
De 1 de septiembre de 2009 a 31 de agosto de 2010



EXPORTACIÓN DE **POMELO** A PAÍSES COMUNITARIOS
COMPARATIVO ACUMULADO DE CAMPAÑA
DESDE 1 SEPTIEMBRE HASTA 31 AGOSTO
CAMPAÑA 2009/2010

PAIS	Total POMELO 09/10	Total POMELO 08/09	Diferencia	Diferencia %
FRANCIA	14.703.044	12.719.217	1.983.827	16%
ALEMANIA	13.011.689	9.626.769	3.384.920	35%
POLONIA	5.994.311	3.201.362	2.792.949	87%
REP. CHECA	2.468.718	1.694.157	774.561	46%
HOLANDA	1.310.196	1.918.316	-608.120	-32%
GRAN BRETAÑA	1.294.459	680.253	614.206	90%
BELGICA	1.151.717	1.762.483	-610.766	-35%
ITALIA	803.174	1.240.636	-437.462	-35%
AUSTRIA	703.000	868.012	-165.012	-19%
HUNGRIA	398.525	304.921	93.604	31%
LETONIA	345.415	276.154	69.261	25%
PORTUGAL	320.319	273.279	47.040	17%
ESTONIA	181.664	122.217	59.447	49%
ESLOVENIA	144.275	61.663	82.612	134%
GRECIA	125.223	138.948	-13.725	-10%
LITUANIA	104.802	597.397	-492.595	-82%
DINAMARCA	85.407	69.492	15.915	23%
SUECIA	69.682	106.073	-36.391	-34%
ESLOVAQUIA	68.973	513.222	-444.249	-87%
RUMANIA	58.845	136.306	-77.461	-57%
BULGARIA	34.769	169.297	-134.528	-79%
MALTA	11.010	8.355	2.655	32%
LUXEMBURGO	0	36.150	-36.150	-100%
IRLANDA	0	5.273	-5.273	-100%
CHIPRE	0	3.744	-3.744	-100%
FINLANDIA	0	0	0	-----
Total general	43.389.217	36.533.696	6.855.521	19%

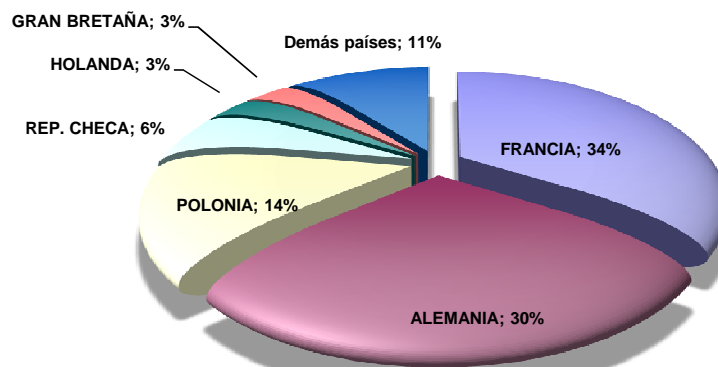
Fuente: A.E.A.T.



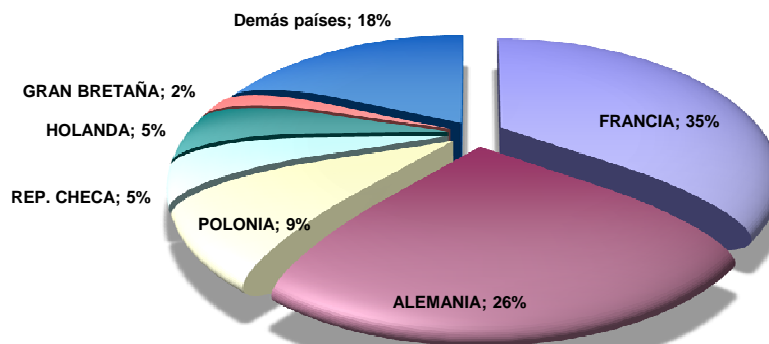
EVOLUCION PRINCIPALES 6 MERCADOS

PAIS	Total POMELO 09/10	Total POMELO 08/09	% Sobre total 09/10	% Sobre total 08/09
FRANCIA	14.703.044	12.719.217	34%	35%
ALEMANIA	13.011.689	9.626.769	30%	26%
POLONIA	5.994.311	3.201.362	14%	9%
REP. CHECA	2.468.718	1.694.157	6%	5%
HOLANDA	1.310.196	1.918.316	3%	5%
GRAN BRETAÑA	1.294.459	680.253	3%	2%
Total	38.782.417	29.840.074	89%	82%
Demás países	4.606.800	6.693.622	11%	18%
Total general	43.389.217	36.533.696	100%	100%

Porcentaje de exportaciones de POMELO
Países más representativos
Campaña 09/10



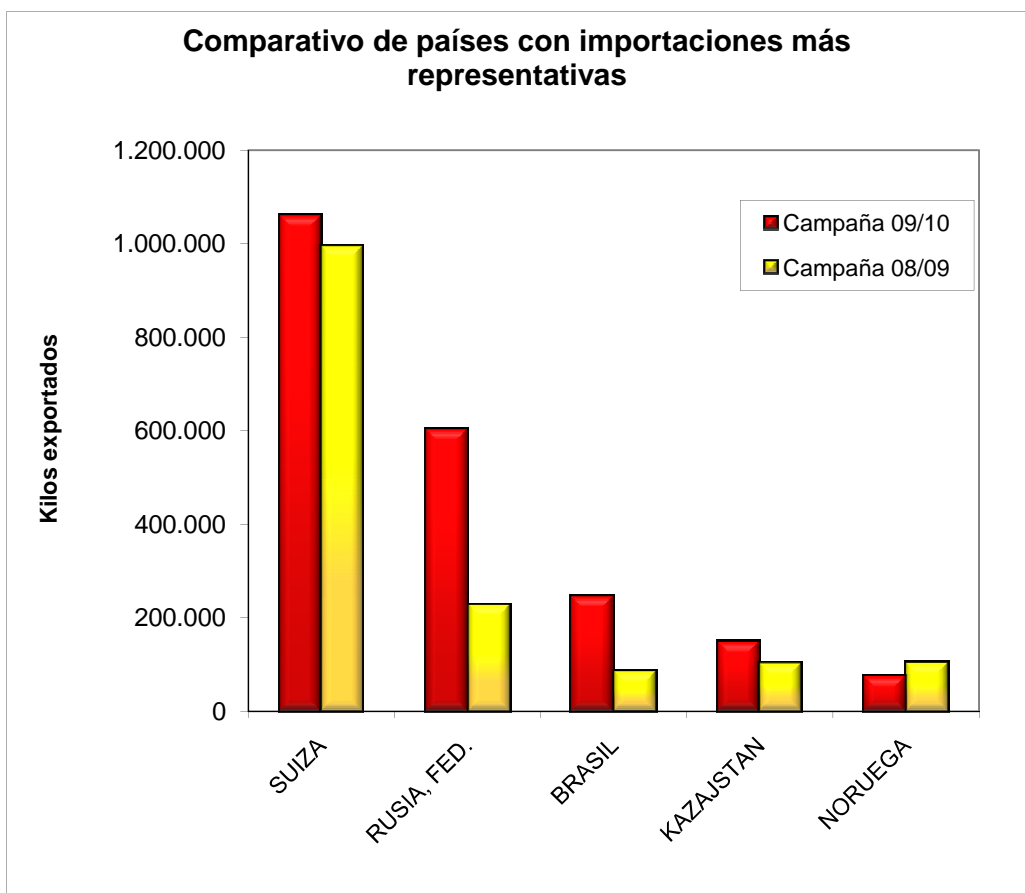
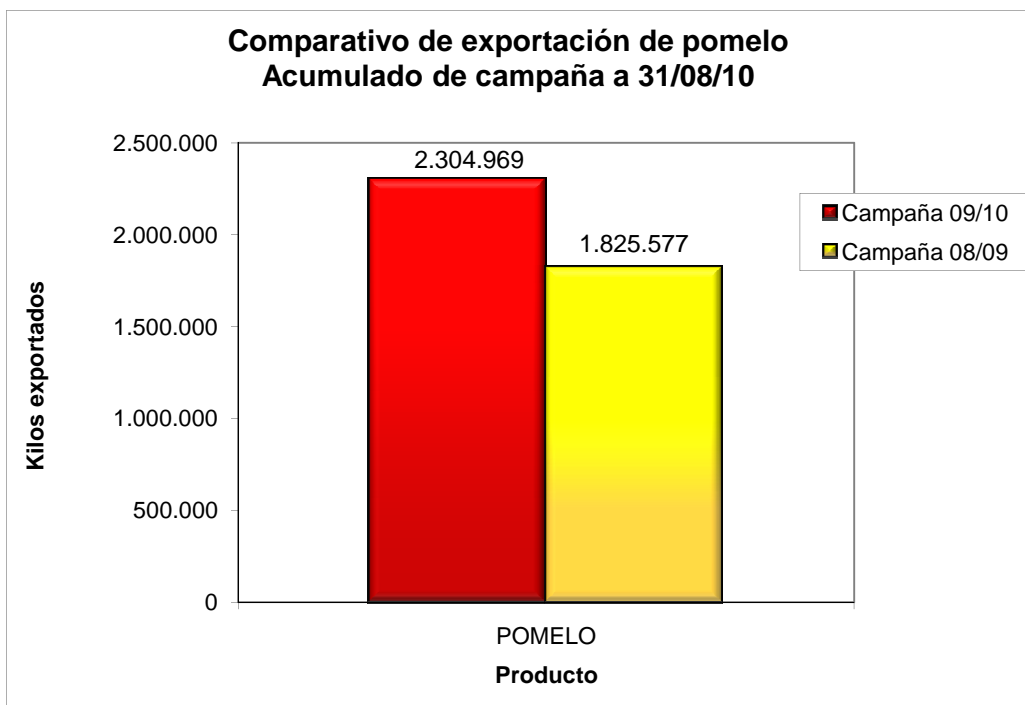
Porcentaje de exportaciones de POMELO
Países más representativos
Campaña 08/09



EXPORTACIÓN DE **POMELO** A TERCEROS PAÍSES
 COMPARATIVO ACUMULADO DE CAMPAÑA
 DESDE 1 SEPTIEMBRE HASTA 31 AGOSTO
 CAMPAÑA 2009/2010

PAIS	Total POMELO 09/10	Total POMELO 08/09	Diferencia	Diferencia %
SUIZA	1.060.430	994.990	65.440	7%
RUSIA, FED.	603.520	227.948	375.572	165%
BRASIL	245.419	85.870	159.549	186%
KAZAJSTAN	148.108	101.855	46.253	45%
NORUEGA	75.270	103.497	-28.227	-27%
CROACIA	56.532	38.345	18.187	47%
BIELORRUSIA	29.933	64.998	-35.065	-54%
IRÁN	20.475	0	20.475	-----
COSTA RICA	12.506	0	12.506	-----
SERBIA	11.110	33.640	-22.530	-67%
BOSNIA-HERZEGOVINA	7.792	35.463	-27.671	-78%
EL SALVADOR	6.134	6.122	12	0,2%
EMIRAT. ARABES UNIDOS	5.807	32.049	-26.242	-82%
PANAMA	5.345	1.660	3.685	222%
HONDURAS	4.770	0	4.770	-----
CABO VERDE	4.479	807	3.672	455%
MONTENEGRO	3.979	25.954	-21.975	-85%
GIBRALTAR	2.340	1.369	971	71%
LIBERIA	479	0	479	-----
MARRUECOS	346	3.031	-2.685	-89%
GUINEA ECUATORIAL	120	0	120	-----
ANDORRA	75	0	75	-----
SUDAFRICA	0	38.820	-38.820	-100%
ANGOLA	0	10.674	-10.674	-100%
UCRANIA	0	5.148	-5.148	-100%
CANADÁ	0	4.608	-4.608	-100%
ARMENIA	0	3.240	-3.240	-100%
KUWAIT	0	1.728	-1.728	-100%
GUATEMALA	0	1.689	-1.689	-100%
ARABIA SAUDITA	0	1.082	-1.082	-100%
OMÁN	0	990	-990	-100%
Total general	2.304.969	1.825.577	479.392	26%

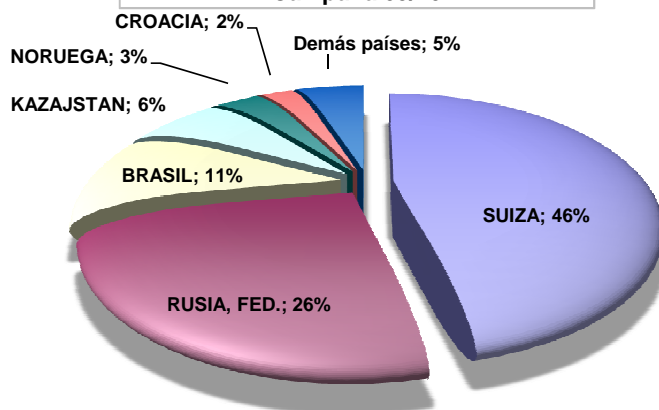
Fuente: SOIVRE (Valencia)



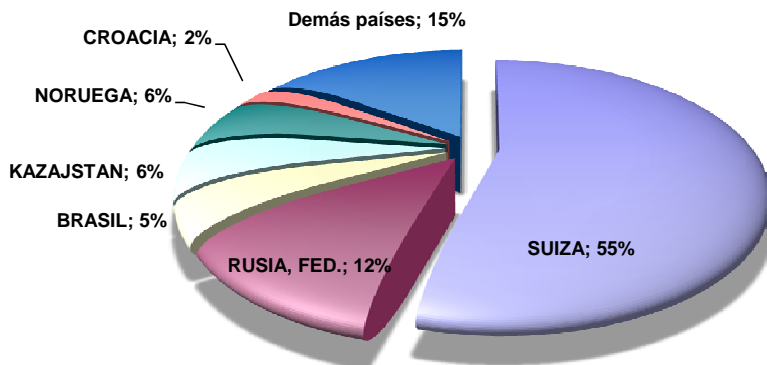
EVOLUCION PRINCIPALES 6 MERCADOS DE PAÍSES TERCEROS

PAIS	Total POMELO 09/10	Total POMELO 08/09	% Sobre total 09/10	% Sobre total 08/09
SUIZA	1.060.430	994.990	46%	55%
RUSIA, FED.	603.520	227.948	26%	12%
BRASIL	245.419	85.870	11%	5%
KAZAJSTAN	148.108	101.855	6%	6%
NORUEGA	75.270	103.497	3%	6%
CROACIA	56.532	38.345	2%	2%
Total	2.189.279	1.552.505	95%	85%
Demás países	115.690	273.072	5%	15%
Total general	2.304.969	1.825.577	100%	100%

Porcentaje de exportaciones de POMELO
Países más representativos
Campaña 09/10



Porcentaje de exportaciones de POMELO
Países más representativos
Campaña 08/09



6.3 Limón con destino a industria

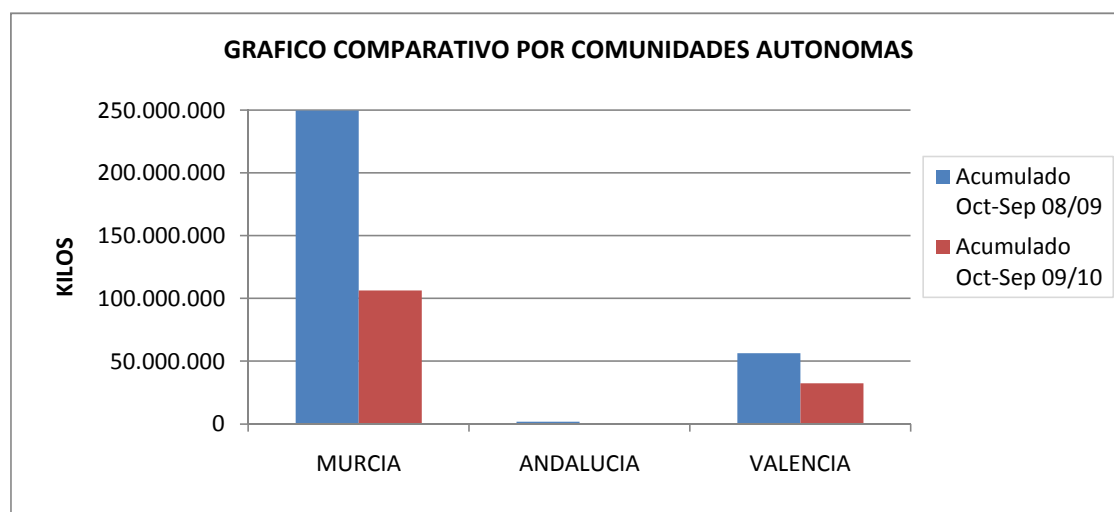
Informe fin de campaña 2009/2010



INFORME ABSORCIÓN LIMÓN CON DESTINO A LA TRANSFORMACIÓN - CAMPAÑA 09/10 -

DESGLOSE KG.TRANSFORMADOS POR COMUNIDADES AUTONOMAS DE LAS INDUSTRIAS

CC AA	ACUMULADO	ACUMULADO	DIFERENCIA	DIFERENCIA (%)
	OCT-SEP 2009/2010	OCT-SEP 2008/2009		
MURCIA	106.418.922	249.586.268	-143.167.346	-57%
ANDALUCIA	619.787	1.803.148	-1.183.361	-66%
VALENCIA	32.356.892	56.495.081	-24.138.189	-43%
TOTALES	139.395.601	307.884.497	-168.488.896	-55%



6.4 Pomelo con destino a industria

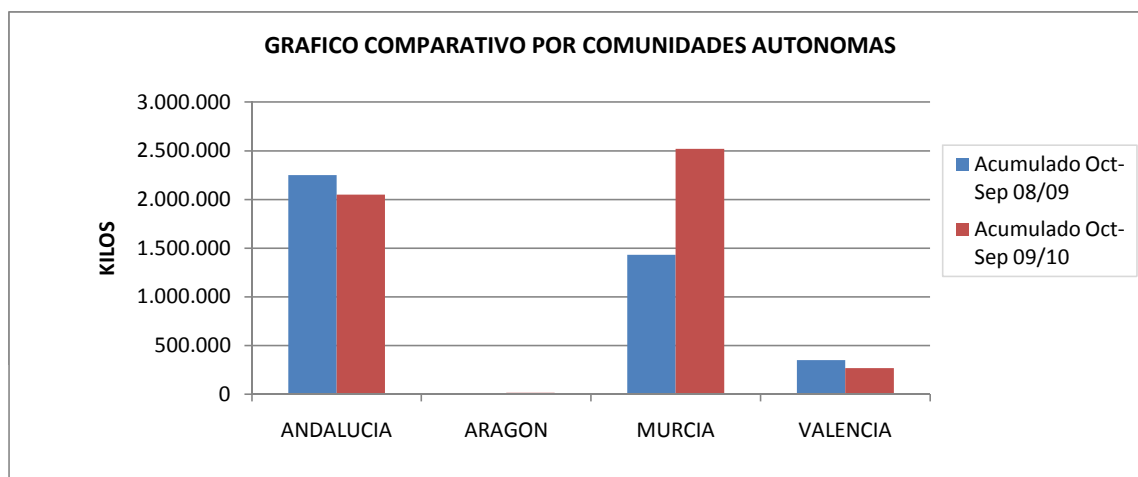
Informe fin de campaña 2009/2010



INFORME ABSORCIÓN POMELO CON DESTINO A LA TRANSFORMACIÓN

DESGLOSE KG.TRANSFORMADOS POR COMUNIDADES AUTONOMAS DE LAS INDUSTRIAS

CC AA	ACUMULADO OCT-SEP 2009/2010	ACUMULADO OCT-SEP 2008/2009	DIFERENCIA	(%) DIFERENCIA
ANDALUCIA	2.051.673	2.251.698	-200.025	-9%
ARAGON	15.400	0	15.400	-----
MURCIA	2.521.240	1.432.125	1.089.115	76%
VALENCIA	268.880	351.420	-82.540	-----
TOTALES	4.857.193	4.035.243	821.950	20%



6.5 Evolución campaña limón de Argentina

Fin de campaña 2010

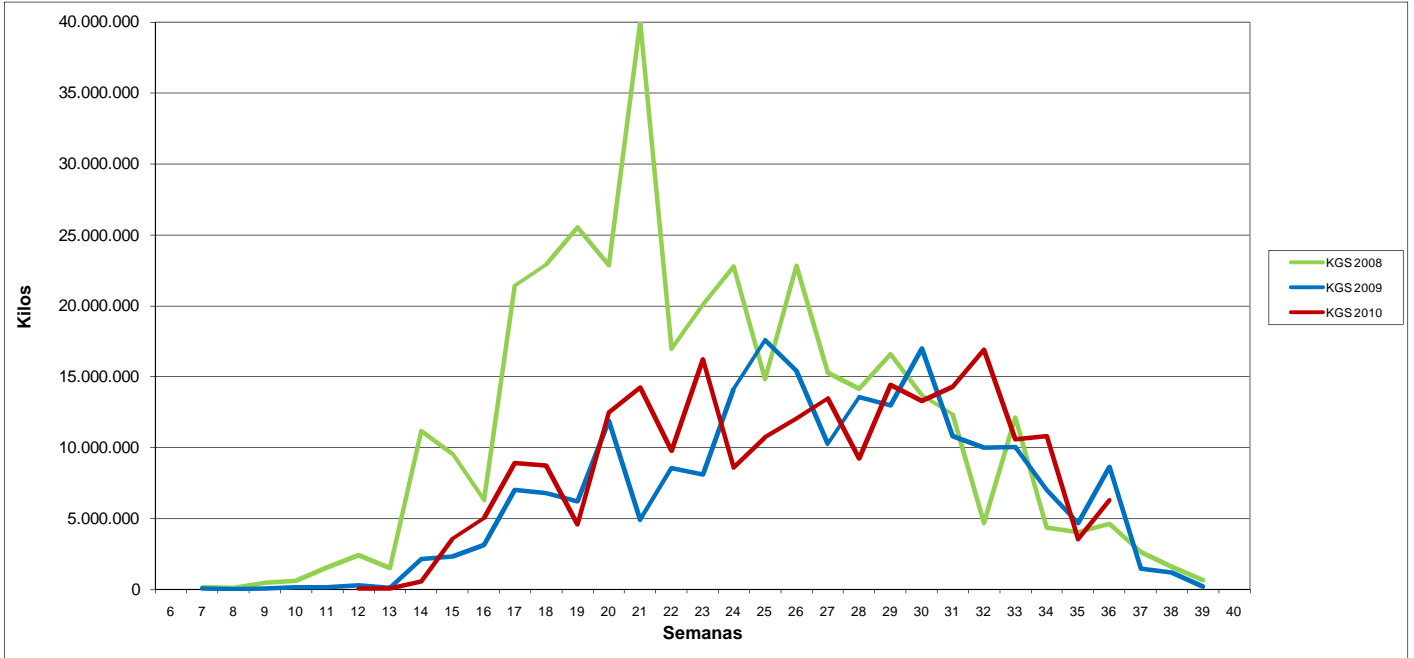


Exportaciones Limón Argentino
Pallets de 1134 kilos

Acumulado por puerto de destino
Hasta Semana 36

Puerto	Total Pallets	Total Kilos
AARHUS	400	453.600
ABU DABI	60	68.040
ALBANIA	220	249.480
ALGECIRAS	320	362.880
AMBERES	1.880	2.131.920
AZERBAIJAN	20	22.680
AZERBAIJAN	20	22.680
BARCELONA	800	907.200
BAR-MONT	20	22.680
BELARUS	20	22.680
BOSNIA	280	317.520
BULGARIA	180	204.120
CARTAGENA	30.496	34.582.464
CONSTANZA-RUM	1.159	1.314.306
COPENHAGEN	200	226.800
CROACIA	20	22.680
DOHA	40	45.360
DUBAI	180	204.120
DUBLIN	301	341.334
DURRES / ALBANIA	280	317.520
FOS SUR MER	1.760	1.995.840
GANDÍA	1.054	1.195.236
GDANSK.POL	4.015	4.553.010
GÉNOVA	6.487	7.356.258
GIOIA TAURO	2.979	3.378.186
GOTEMBURGO	20	22.680
HAMBURGO	1.010	1.145.340
HELSINGBORG	260	294.840
HERAKLION-GR	20	22.680
HONG KONG	1.460	1.655.640
ILICHESKY-UC	15	17.010
JEBEL ALI	140	158.760
JEDDAH	499	565.866
KLAYPEDA-LIT	915	1.037.610
KOTA KINABALU	40	45.360
KUALA LUMPUR	20	22.680
LIMASSOL	568	644.112
LISBOA	1.033	1.171.422
LIVORNO	4.303	4.879.602
LUANDA	80	90.720
MALMO	20	22.680
MANILA	41	46.494
MONTREAL	1.660	1.882.440
NOVOROSIYSK	20	22.680
ODESSA-UC	7.970	9.037.980
OSLO	400	453.600
PIREAU	60	68.040
PLOCE-CROACIA	656	743.904
PORT KELANG	92	104.328
POTTI-GEORGIA	440	498.960
RIGA-LET	320	362.880
RIJEKA	40	45.360
ROTTER - HUNG	140	158.760
ROTTER - REP.CHECA	719	815.346
ROTTERDAM	50.334	57.078.756
ROTTER-ESLOVAQUIA	80	90.720
ROTTER-SERBIA	80	90.720
SAGUNTO	18	20.412
SAN PETERSBURGO	34.981	39.668.454
SERBIA	645	731.430
SHUWAIK	20	22.680
SINGAPUR	197	223.398
SUIZA	60	68.040
SURABAYA	20	22.680
TARRAGONA	2.453	2.781.702
THES-ALBANIA	80	90.720
THESALENIKE	11.426	12.957.084
TILBURY	5.400	6.123.600
TORONTO	1.990	2.256.660
VADO	16.332	18.520.488
VALENCIA	20	22.680
VIGO	100	113.400
VOLOS	889	1.008.126
VLADIVOSTOK	60	68.040
YAKARTA	140	158.760
TOTAL Campaña 2010	201.477	228.474.918
Campaña 2009	188.842	214.146.828
Diferencia	12.635	14.328.090
Dif (%)	6,69%	6,69%

EVOLUCIÓN SALIDAS LIMÓN DE ARGENTINA



6.6 Evolución campaña pomelo de Argentina

Fin de campaña 2010



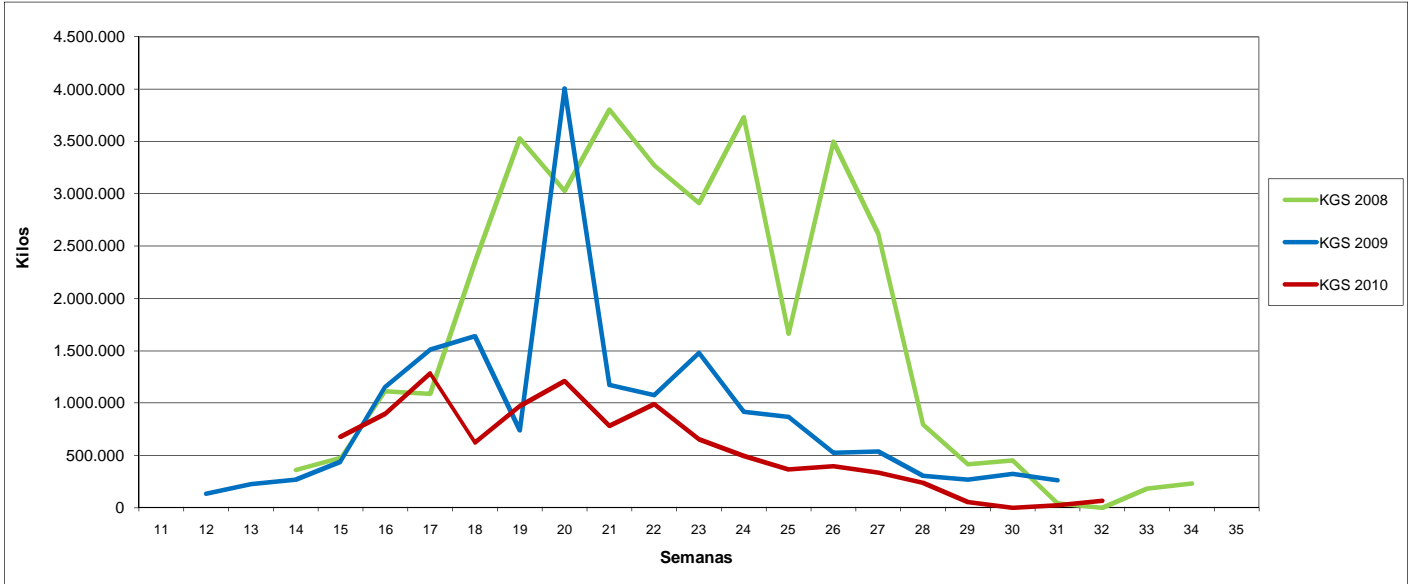
Exportaciones Pomelo Argentino Pallets de 1134 kilos

Acumulado por puerto de destino Hasta Semana 32

Puerto	Total Pallets	Total Kilos
AARHUS	142	161.028
AMBERES	164	185.976
BELARUS	40	45.360
CARTAGENA	135	153.090
CONSTANZA-RUM	26	29.484
DUBLÍN	104	117.936
FOS SUR MER	653	740.502
GDANSK.POL	63	71.442
HAMBURGO	167	189.378
HELSINGBORG	20	22.680
HONG KONG	100	113.400
JEBEL ALI	20	22.680
JEDDAH	40	45.360
KLAYPEDA-LIT	100	113.400
ODESSA-UC	117	132.678
PORTKELANG	20	22.680
RIGA-LET	20	22.680
ROTTER-BOSNIA	40	45.360
ROTTERDAM	3.557	4.033.638
ROTTERDAM - RUSIA	140	158.760
SAN PETERSBURGO	2.275	2.579.850
SERBIA	15	17.010
SPLIT	20	22.680
TARRAGONA	141	159.894
TORONTO	100	113.400
TILBURY	349	395.766
VADO	313	354.942

TOTAL Campaña 2010	8.881	10.071.054
Campaña 2009	15.749	17.859.366
Diferencia	-6.868	-7.788.312
Dif (%)	-43,61%	-43,61%

EVOLUCIÓN SALIDAS POMELO DE ARGENTINA



6.7 Evolución campaña limón de Turquía

Fin de campaña 2009/2010



**EXPORTACIONES DE LIMON TURCO
 SEMANAS DEL 30 DE MAYO AL 13 DE JUNIO
 Y ACUMULADO DESDE 1 DE SEPTIEMBRE**

DESTINO	Sem. Del 30 mayo a 6 junio	Sem. Del 7 al 13 junio	ACUMULADO DESDE 01.09
ALBANIA	0	0	417.050
ALEMANIA	3.540	1.840	9.361.678
ARGELIA	0	0	9.100
AUSTRIA	0	0	708.302
AZERBAIDJAN	0	0	4.723.356
BAHRAIN	0	0	21.400
BELGICA	0	0	377.203
BIELORRUSIA	1.876	0	1.803.860
BOSNIA	13.450	9.250	3.665.127
BULGARIA	9.850	0	6.322.729
CANADA	0	0	107.500
CROACIA	0	0	2.358.683
DINAMARCA	0	0	497.000
ESLOVAQUIA	0	0	3.786.511
ESLOVENIA	0	0	1.342.486
ESPAÑA	0	0	84.800
ESTONIA	0	0	96.750
FINLANDIA	0	0	96.586
FRANCIA	0	0	471.098
GEORGIA	0	0	612.065
GRECIA	0	0	7.526.973
HOLANDA	0	0	6.954.520
HONG KONG	0	0	295.214
HUNGRÍA	0	0	2.850.130
INDONESIA	0	0	24.000
IRAN	168.082	168.000	4.107.254
IRAQ	223.308	149.221	22.468.016
IRLANDA	0	0	22.500
ITALIA	0	0	3.767.919
JORDANIA	20.900	0	81.985
KAZAKHSTAN	0	0	901.550
KOSOVO	2.240	0	1.558.034
KUWAIT	0	0	43.960
KYRGYZISTAN	0	0	615.325
LETONIA	0	0	1.567.160
LITHUANIA	0	0	1.160.832
MACEDONIA	0	0	2.405.451
MALASIA	0	0	680.585
MALTA	0	0	24.900
MERSIN FREE ZONE	0	0	793.209
MOLDAVIA	18.500	0	2.263.524
MONTENEGRO	7.650	6.320	647.489
NORUEGA	0	0	240.133
POLONIA	0	0	17.454.868
QATAR	0	0	216.335
REINO UNIDO	0	0	6.865.185
REP. CHECA	0	0	7.941.192
RUMANÍA	140.945	64.823	23.940.395
RUSIA	0	0	54.417.284
SAUDI ARABIA	1.142.213	295.602	57.749.106
SERBIA	60.706	20.856	7.843.767
SINGAPUR	0	0	729.319
SUECIA	0	0	305.238
SUIZA	0	0	15.108
TURKMENISTAN	8.500	0	114.665
UCRANIA	67.048	67.090	28.482.620
UNITED ARAB EMIRATES	0	0	377.858
USA	0	0	21.340
UZBEKISTAN	14.600	0	267.030
SUB-TOTAL	1.903.408	783.002	304.605.257
KILOS			

6.8 Evolución campaña pomelo de Turquía

Fin de campaña 2009/2010



**EXPORTACIONES DE POMELO TURCO
 SEMANAS DEL 30 DE MAYO AL 13 DE JUNIO
 Y ACUMULADO DESDE 1 DE SEPTIEMBRE**

DESTINO	Sem. Del 30 mayo al 6 junio	Sem. Del 7 al 13 junio	ACUMULADO DESDE 01.09
ALBANIA	0	0	12.716
ALEMANIA	0	0	9.124.491
AUSTRIA	0	0	69.401
AZERBAIDJAN	0	0	392.262
BELGICA	0	0	610.108
BIELORRUSIA	6.301	72.421	1.064.288
BOSNIA	6.095	0	626.820
BULGARIA	20.978	145.004	6.414.895
CANADA	0	0	1.280
CROACIA	0	0	496.535
DINAMARCA	0	0	326.566
ESLOVAQUIA	0	0	1.858.450
ESLOVENIA	0	0	112.227
ESTONIA	0	0	26.450
FRANCIA	0	0	2.335.103
GEORGIA	3.280	5.280	252.455
GRECIA	0	0	99.595
HOLANDA	0	0	6.571.397
HONG KONG	0	0	186.459
HUNGRÍA	0	0	1.315.264
IRAN	0	0	2.574.193
IRAQ	26.749	25.875	3.070.138
ITALIA	0	36.400	2.392.658
JORDANIA	0	0	24.976
KAZAKHSTAN	0	0	103.176
KOSOVO	0	0	54.251
KUWAIT	0	0	63.300
KYRGYZISTAN	0	0	21.628
LETONIA	0	0	262.549
LITUANIA	0	0	230.100
MACEDONIA	0	0	577.871
MALASIA	0	0	150.412
MALTA	0	0	3.700
MAURICIO	0	0	20.250
MERSIN FREE ZONE	0	0	100.320
MOLDAVIA	0	6.900	968.217
MONTENEGRO	0	2.100	112.492
NORUEGA	0	0	4.960
POLONIA	0	0	11.101.693
QATAR	0	0	16.174
REINO UNIDO	0	0	512.069
REP. CHECA	21.732	20.160	2.800.221
RUMANIA	222.587	27.270	23.648.452
RUSIA	0	0	22.051.205
SAUDI ARABIA	63.111	28.825	5.235.269
SERBIA	0	0	2.543.271
SINGAPUR	0	0	74.940
SUDAFRICA	0	0	39.826
SUECIA	0	0	15.015
SUIZA	0	0	9.947
TURKMENISTAN	0	0	24.738
UCRANIA	97.053	199.609	11.325.507
UNITED ARAB EMIRATES	0	0	440.827
UZBEKISTAN	0	0	20.336
SUB-TOTAL	467.886	569.844	122.491.443
KILOS			

6.9 Exportación de cítricos de Sudáfrica

Año 2010



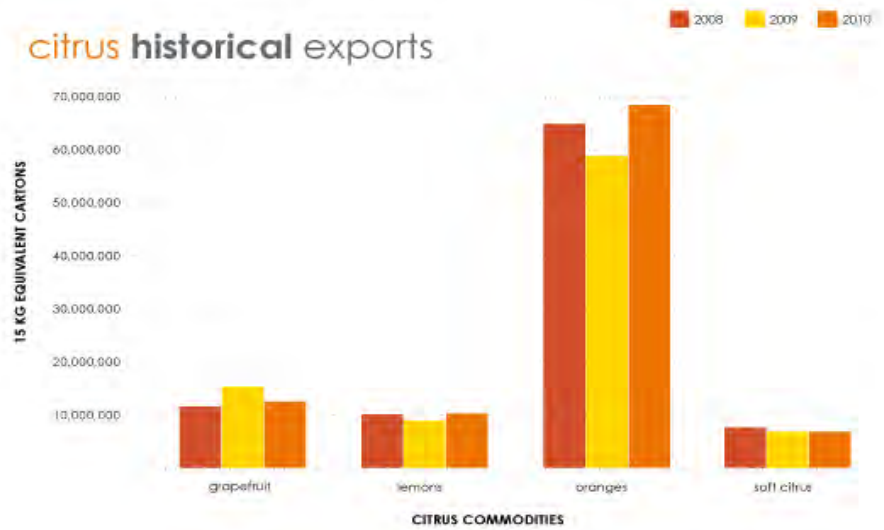
EXPORTACIÓN SUDÁFRICA CÍTRICOS 2010

lemons lemons exported per market 2010



MIDDLE EAST	35%
EUROPE	25%
RUSSIA	16%
UNITED KINGDOM	13%
FAR EAST & ASIA	9%
NORTH AMERICA	1%
AFRICA & INDIAN OCEAN ISLANDS	1%

citrus historical exports



lemons exported per week 2010



6.10 Evolución precio limón en campo

Tres últimas campañas



EVOLUCIÓN PRECIO LIMÓN FINO EN CAMPO 3 ÚLTIMAS CAMPAÑAS
(Semanas 38 a 53)

SEMANA	CAMPANA 08/09						CAMPANA 09/10						CAMPANA 10/11					
	TODO LIMÓN			1/CORTE			TODO LIMÓN			1/CORTE			TODO LIMÓN			1/CORTE		
	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA
38	0,25	0,29	0,27	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,42	0,55	0,49	0,00	0,00	0,00	0,45	0,57	0,51
39	0,25	0,29	0,27	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,42	0,52	0,47	0,00	0,00	0,00	0,42	0,50	0,46
40	0,25	0,30	0,28	0,42	0,48	0,45	0,23	0,27	0,25	0,40	0,50	0,45	0,00	0,00	0,00	0,40	0,46	0,43
41	0,25	0,30	0,28	0,42	0,48	0,45	0,23	0,27	0,25	0,38	0,40	0,42	0,00	0,00	0,00	0,30	0,40	0,35
42	0,22	0,30	0,26	0,39	0,45	0,42	0,22	0,25	0,24	0,35	0,40	0,38	0,00	0,00	0,00	0,25	0,33	0,29
43	0,21	0,27	0,24	0,33	0,39	0,36	0,20	0,23	0,22	0,30	0,33	0,32	0,00	0,00	0,00	0,24	0,30	0,27
44	0,18	0,23	0,21	0,24	0,27	0,26	0,20	0,23	0,22	0,29	0,33	0,31	0,00	0,00	0,00	0,22	0,27	0,25
45	0,00	0,00	0,00	0,16	0,21	0,19	0,20	0,23	0,22	0,29	0,33	0,31	0,00	0,00	0,00	0,19	0,24	0,22
46	0,00	0,00	0,00	0,16	0,21	0,19	0,21	0,25	0,23	0,30	0,35	0,33	0,00	0,00	0,00	0,16	0,20	0,18
47	0,00	0,00	0,00	0,12	0,18	0,15	0,24	0,30	0,27	0,33	0,36	0,35	0,00	0,00	0,00	0,13	0,18	0,16
48	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,24	0,28	0,26	0,33	0,36	0,35	0,00	0,00	0,00	0,12	0,16	0,14
49	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,24	0,28	0,26	0,33	0,36	0,35	0,00	0,00	0,00	0,12	0,15	0,14
50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,27	0,33	0,30	0,36	0,39	0,38	0,00	0,00	0,00	0,12	0,15	0,14
51	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,28	0,35	0,32	0,36	0,42	0,39	0,00	0,00	0,00	0,12	0,14	0,13
52	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,30	0,36	0,33	0,39	0,42	0,41	0,00	0,00	0,00	0,12	0,15	0,14
53	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,28	0,35	0,32	0,37	0,42	0,40	0,00	0,00	0,00	0,12	0,15	0,14

**EVOLUCIÓN PRECIO LIMÓN FINO EN CAMPO 3 ÚLTIMAS CAMPAÑAS
(Semanas 38 a 53)**

