



CAMPAÑA FINANCIADA
CON LA AYUDA
DE LA UNIÓN EUROPEA

LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA
LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN
LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS.

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE



El contenido de la presente publicidad representa únicamente la opinión de su autor y es responsabilidad exclusiva del mismo. La comisión europea, no asume ninguna responsabilidad por el uso que pudiera hacerse de la información que contiene.



España abarca casi el 80% del total de limón producido en Europa

España gana más peso en la producción de limón europeo

La singularidad del limón europeo producido en España da pie a que cada vez más consumidores opten por incluir en su alimentación este cítrico que mayoritariamente se cultiva en los campos de Murcia, Andalucía y Comunidad Valenciana. Esta situación procede, entre otros factores, de que el sector en nuestro país está muy vertebrado y maneja unos niveles de información que facilitan adoptar con mayor agilidad las decisiones oportunas a las circunstancias del mercado.

La Unión Europea es una zona de referencia a nivel internacional para el cultivo de limón en el mundo. Esto se debe a que España continúa al frente de la producción en fresco de este cítrico, con 1.211.000 toneladas obtenidas durante la campaña 2021/22, dato que ha correspondido al 78% del total del producto cosechado en Europa. De esta manera, nuestro país ha adquirido más de diez puntos porcentuales en la cuota de producción respecto a 2020/21, cuando ascendía al 65%, según el informe "El mercado de los cítricos en la UE" elaborado por la Comisión Europea.

La producción de limón europeo se reparte entre España, Italia, Grecia, Portugal, Francia, Chipre, Malta y Croacia, es decir, entre la cuenca del Mediterráneo. De estos países, sólo Italia,

con casi 500.000 toneladas por campaña, tiene una producción con volúmenes comerciales destacados. Por tanto, al hablar de limón europeo también puede-

mos hablar de limón producido en España.

Además, la progresión del limón europeo producido en España

no es ninguna casualidad, sino que hay un trabajo detrás desempeñado por la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo (AILIMPO). Y es que esta

organización, aparte de defender los intereses del sector, ha operado como motor de desarrollo para avanzar hacia un sistema productivo con mayor sostenibilidad social, económica y medioambiental; esforzándose en reducir costes de producción, aumentar la productividad e **incrementando** la innovación en todos los ámbitos. En definitiva, se ha dedicado a que todos los agentes del sector, productores, almacenes e industria **estén mejor preparados para afrontar los retos actuales.**



España obtuvo 1.211.000 toneladas de limón fresco durante la campaña 2021/22

ambas frutas manejan unos niveles de información que facilitan adoptar con mayor agilidad todas las decisiones oportunas a cada una de las circunstancias y disminuyen el grado de incertidumbre considerablemente. “Con una visión global y la idea de que sólo si hay un buen equilibrio interno, el sector tiene un futuro brillante”, subraya AILIMPO.

En este sentido, AILIMPO ha puesto a disposición de los productores de limón una herramienta para calcular con la máxima precisión sus costes individualizados de producción a lo largo de la campaña 2022/23. La herramienta, de manejo sencillo e intuitivo, ha sido desarrollada por el Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Medioambiental (IMIDA) y permite mejorar tanto la gestión como la planificación de las explotaciones de este cítrico, facilitando además tener elementos de comparación con los datos de referencia disponibles en los últimos informes publicados por IMIDA, los cuales se han realizado en base a una metodología científica.

Esta herramienta permite mejorar tanto la gestión como la planificación de las explotaciones de este cítrico.

Dicho instrumento está financiado con los fondos recaudados por la Extensión de Norma de AILIMPO, otra herramienta que tiene como objetivo costear acciones de comunicación e imagen del sector; investigación, desarrollo, innovación tecnológica y perfeccionamiento de la cadena de valor para lograr mayor diferenciación y aumentar el consumo entre la población más joven.

PROMOCIÓN DEL LIMÓN ESPAÑOL Y EUROPEO

La campaña de información “Welcome to the Lemon Age”, que comenzó en 2020 y termina en 2023, ha sido la acción de comunicación más importante de AILIMPO durante los últimos años. Esta iniciativa tiene como objetivo promover el posicionamiento del limón español y europeo en Alemania, Francia, España, Estados Unidos y Canadá para que se valoren y aprecien más las características intrínsecas y diferenciadoras de este producto, como su calidad, sostenibilidad, frescura, trazabilidad y seguridad alimentaria. El leitmotiv es mantener y aumentar el consumo de limón, haciendo más atractivo este

cítrico para las nuevas generaciones de consumidores.

En virtud de ello, “Welcome to the Lemon Age” ha permitido que AILIMPO se dirija a lo largo de este tiempo a consumidores y clientes de los países anteriormente indicados a través de los medios de comunicación. De igual modo, ha puesto en valor el Modelo de Producción Europeo del limón en las ferias hortofrutícolas más importantes del mundo e incluso ha transformado las calles de Madrid, Berlín o París, entre otras ciudades, en exposiciones itinerantes sobre el limón.

Pero si ha habido una actividad que ha destacado sobre el resto desde 2020, esa ha sido “Sean como sean tus limones, todos los cuerpos son bonitos”, cuya finalidad no es otra que apoyar y estar al lado de todas las mujeres y familias que han pasado o pasan por un cáncer de mama, en el Día Mundial de la Lucha contra el Cáncer de Mama. Para ello, se reparten más de 8.000 kits entre trabajadoras del sector, influencers, líderes de opinión y medios de comunicación, y se les pide que visibilicen la prevención de esta enfermedad mediante sus perfiles en redes

sociales. Saúl Craviotto, Sandra Sánchez, Ana Peleteiro, Pauline Ferrand-Prevot, Gemma Mengual, Felipe Reyes o Javier Gómez Noya son algunas de las personalidades que ya se han sumado a la causa.

Hay casi 23.000 personas que trabajan para el sector de forma directa.

“Al sensibilizar y mostrar todo apoyo y energía, queremos decirles a las mujeres que estamos orgullosos de cómo son, de sus cuerpos y de sus cicatrices y heridas; tanto las que se ven como las que no. Debemos afrontar la vida con esperanza y la actitud limón no sólo es una consigna dentro de una campaña, sino que es mucho más. Se trata de una iniciativa que promueve un estilo saludable, vitalista y natural en todas sus formas. Por tanto, lanzamos un mensaje positivo y empático para estar cerca de todas ellas en un día tan importante”, declaran desde AILIMPO.

Y es que detrás de este cítrico, que se produce en los campos de Murcia, Andalucía y Comunidad



Más del 50% de los puestos de trabajo del sector del limón están desempeñados por mujeres

Valenciana, hay casi 23.000 personas que trabajan para el sector de forma directa, de las cuales más del 50% son mujeres. “La mujer juega un papel vital para sacar el producto adelante y que llegue en perfectas condiciones a cualquier supermercado europeo”, añade la interprofesional.

Pero AILIMPO abarca mucho más de la sostenibilidad social y económica del sector, puesto

que también han llevado a cabo grandes esfuerzos para conseguir la sostenibilidad medioambiental. Reducción de la huella hídrica y de carbono, incremento significativo en la superficie de los cultivos ecológicos, fomento de la biodiversidad en las explotaciones o ahorro de recursos son algunos de hitos logrados y que cada vez inciden más en la decisión de compra del consumidor.



En los hogares españoles se consumió una media de 2,29 kg de limón por persona en 2021

Los españoles consumen limón

Uno de los aspectos más tangibles de “Welcome to the Lemon Age” ha sido su repercusión en el consumo de limón en España, puesto que –gracias a la información ofrecida– nuestro país es uno de los que más consumen en todo el mundo, alcanzando las 105.000 toneladas en hogares durante 2021, según los datos ofrecidos por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Aquellos domicilios en los que el responsable de compra supera los 65 años fueron los mayores consumidores de este cítrico en España, con 42.800 toneladas adquiridas a lo largo de ese mismo año. Les siguieron los del rango de edad que va desde los 50 a 64 años, con 33.000 toneladas.

El limón proporciona un amplio abanico de propiedades y be-

neficios nutricionales, al tratarse de un alimento natural, sin grasas y perfecto para profesar un estilo de vida saludable. Igualmente, también es una fuente importante de vitamina C, nutriente que contribuye a la formación normal de colágeno, la regeneración de la forma reducida de la vitamina E, disminuye la fatiga y optimiza la absorción del hierro; atributos apreciados por los profesionales de la salud.

Además, y aunque los datos de ingesta son mejorables, se puede afirmar que en España se ha consolidado el consumo de limón en el hogar. De hecho, según el MAPA, en estos espacios se consumió una media de 2,29 kg por persona en 2021, cifra muy por encima del conjunto de la Unión Europea (UE-27), que de acuerdo con Eurostat se sitúa en unos 1,96 kg per cápita al año.