

La UE financia la mayor campaña de promoción del limón en su historia



Un trabajador en una planta de envasado de limones, en una imagen de archivo. /

MARTÍNEZ BUESO

Los productores esperan que los 6,5 millones de euros que se destinarán a los mercados de Francia, Alemania y España, así como a EE UU y Canadá, sean un estímulo clave



ZENÓN GUILLÉN

Jueves, 4 noviembre 2019, 08:15



El sector regional del **limón** está de enhorabuena. La **Unión Europea** apuesta a lo grande por el cítrico amarillo, sobre todo, en un momento de incertidumbre como el actual, donde cada vez es mayor la competencia a nivel mundial. En concreto, va a financiar la campaña de promoción más ambiciosa de la

historia de este producto. Una acción estratégica que se centrará en los principales mercados del continente, así como en Norteamérica, con un presupuesto de 6,5 millones de euros para los tres próximos ejercicios (2020- 2022).

Productores, cooperativas, industriales y fabricantes aglutinados en la interprofesional española **Ailimpo**, con sede en Murcia, han logrado el respaldo comunitario para lanzar esta ambiciosa iniciativa de promoción, información y divulgación, que combinará acciones de comunicación, relaciones públicas y publicidad tanto dentro como fuera del mercado interior. Bajo el lema 'Welcome to the Lemonage' (Bienvenido a la Era del Limón) se destinarán 5,23 millones de euros al mercado interior -Francia, Alemania y nuestro país- y 1,27 millones a EE UU y Canadá.

Líderes en exportación

Hay que tener en cuenta que España, con **la Región de Murcia a la cabeza**, es líder mundial de exportación en fresco y ocupa el segundo lugar en el ranking de países procesadores, con una facturación de 700 millones de euros anuales y 20.000 empleos directos, a lo que habría que sumar las ventas en industrias auxiliares, de más de 250 millones de euros. No obstante, la previsión de cosecha de limón para la próxima campaña 2019-2020 es de 1.110.000 toneladas, lo que supone un descenso global del 15% en comparación con la campaña 2018-2019, en la que se alcanzó un récord de producción.

Identificar el cítrico propio, de calidad, saludable y sostenible

Los retos de este programa especial de información y promoción del limón pasan, en suma, por identificar al limón europeo y español con la dieta mediterránea; mantener la posición de liderazgo para el consumidor europeo; dar visibilidad a los valores del producto fresco o transformado en Europa, como son la frescura, la garantía certificada de calidad y la sostenibilidad; convertir al limón europeo en el preferido de los consumidores frente al de terceros países; e informar y conseguir llegar a las nuevas generaciones, fomentando nuevos usos y tendencias de consumo. Así lo resalta Ailimpo, interprofesional reconocida por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España y la Comisión Europea.

El director general de Ailimpo, José Antonio García, reconoció a preguntas de 'La Verdad' que esta actuación «se va a realizar en un momento clave», ya que las producciones de limón «van en aumento en todo el mundo -incluido en España- y por tanto es fundamental una diferenciación clara de nuestro limón». Todo ello con el fin último de «poder mantener nuestra posición de liderazgo y seguir siendo un sector importante en los próximos 10-15 años».

Porque **el limón europeo, mayoritariamente español, mantiene tradicionalmente una posición de privilegio** en los mercados exportadores del continente y, más en concreto, en nuestro país, así como entre los consumidores franceses y germanos, aunque cada vez se enfrenta a la mayor competencia de terceros países, como Turquía y Egipto, entre otros.

Por ello, «es necesario promover el posicionamiento del limón de forma que los consumidores europeos valoren y aprecien las características intrínsecas y diferenciadoras, tales como frescura, sostenibilidad y garantía de calidad, con el objetivo de mantener e incrementar el consumo y hacer atractivo este cítrico a las nuevas generaciones de consumidores», remarcan desde Ailimpo. Precisamente, el sector se valida bajo los sellos de calidad Global GAP (ambiental) y GRASP (social). Por esta razón, se puede considerar que nuestro país es el productor de limón sostenible de Europa.

La producción de fino cae el 11% y de verna un 24% en este ejercicio

El comportamiento de la nueva campaña 2019-2020 estima para el limón fino una reducción en la cosecha del 11%; descenso que en la variedad verna se eleva hasta un 24%, lo que es consecuencia del descanso de los árboles después de una campaña anterior con récord de producción.

Aun así, en Ailimpo están convencidos de que España continuará «siendo el líder de exportación de limón fresco, y el segundo procesador de limón en zumo, aceite esencial y cáscara deshidratada a nivel mundial. En el caso concreto del fino seguirá claramente como referente de los clientes en toda Europa, así como en los principales países terceros en los que expande su presencia.

La producción de limón español, donde la Región de Murcia junto a la Vega Baja alicantina viene a representar alrededor del 60% de la cosecha, dedica el 24% del total de sus producción a la industria; frente a un 13% para el consumo del mercado interior; un 56% para la exportación a países de la UE; y el 5% restante para la exportación a países terceros.