



## Este mes entrevistamos al equipo de AILIMPO en Tactics Europe.



Beatriz Plana, director estratégico de Tactics Europe y Carlota Isiegas, ejecutiva de cuentas de Tactics Europe.

**Páginas 2 a 4.**

**1**

### INFORMACIÓN

Good Move en los JJOO, Reunión Proyecto Agriconciencia.

**2**

### AILIMPO RESPONDE

¿Como afecta la climatología a la floración y cuaje del limonero?

**3**

### CAMPAÑA

Desarrollo de la Campaña de Limón a 30 de junio.



### Actividades de la Interprofesional.

Un recorrido por nuestro trabajo diario.

### Artículo del mes.



Importaciones de limón en la UE 27.



Infografía de Agricultura Regenerativa en Limón y Pomelo de España.

## Este mes entrevistamos a Beatriz Plana, director estratégico de Tactics Europe y Carlota Isiegas, ejecutiva de cuentas de Tactics Europe.

Licenciada en Ciencias Políticas y Sociología y con Máster en Comunicación Corporativa y Publicitaria por la Universidad Complutense de Madrid, Beatriz Plana es desde hace 7 años directora de Cuentas en Tactics Europe. Aunque a lo largo de su carrera profesional ha estado al cargo de clientes de diferentes sectores, en estos últimos años se ha especializado en el desarrollo de Programas Europeos de Promoción para clientes agroalimentarios como el sector lácteo, el porcino o las frutas y verduras. Y más concretamente en programas de promoción múltiples, tanto como organismo de ejecución principal coordinando los distintos países del programa como al cargo de la campaña en uno de los países miembros del consorcio. Es la responsable final del correcto desarrollo de la nueva campaña múltiple EU GOOD MOVE en la que AILIMPO juega un papel fundamental.

Por su parte, Carlota Isiegas, es licenciada en Ciencias de la Documentación e Información y está especializada con un Máster en Periodismo de Agencia Internacional. Su recorrido profesional ha estado enfocado en corresponsalía mediática con la Agencia EFE y en Análisis de Inteligencia Social para grandes marcas. Actualmente, forma parte del equipo de Cuentas de Tactics Europe, desarrollando y ejecutando la campaña múltiple EU GOOD MOVE para AILIMPO, entre otros.

### ¿Qué vínculo tiene Tactics Europe con el sector agroalimentario tanto nacional como europeo? ¿De dónde procede esta apuesta por un nicho de mercado tan específico?

Tactics Europe tiene un fuerte vínculo con el sector agroalimentario tanto a nivel nacional como europeo. Desde nuestra fundación en 1984, hemos gestionado numerosos planes de comunicación para este sector, convirtiéndonos en expertos en lo que denominamos "Foodthinking". Esta especialización se basa en una receta perfeccionada a lo largo de cuatro décadas, con un equipo de más de 40 profesionales que poseen grandes conocimientos y una red de contactos muy robusta.



Nuestra apuesta por este nicho de mercado tan específico procede de una combinación de pasión por la agroalimentación y la convicción de su potencial económico. Creemos firmemente en el poder del producto local y su capacidad para convertirse en un fenómeno global. Nuestra misión es contribuir a convertir el sector agroalimentario europeo en una gran potencia económica a través de planes de comunicación creativos y rigurosos, con un enfoque global, pero actuando localmente.

Además, nuestra visión de "Ruralthinking" nos impulsa a estar cerca de los agricultores y ganaderos, fomentando el desarrollo económico de las zonas rurales y promoviendo la igualdad entre los distintos territorios del país. Este enfoque está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, en particular con el trabajo digno, el crecimiento económico y la producción y consumo responsables.

## ¿En qué consiste un Programa Europeo de Promoción Múltiple? ¿Cuáles son los requisitos para solicitar un proyecto de este tipo? ¿Qué importancia puede tener optar a ellos para el crecimiento de un producto agroalimentario y el sector ocupado en su producción?

Un Programa Europeo de Promoción Múltiple es una iniciativa financiada por la Unión Europea (UE) que tiene como finalidad promover productos agrícolas y alimentarios dentro y fuera del mercado comunitario. Estos programas son gestionados por entidades representativas de diferentes sectores agrícolas que unen esfuerzos para difundir un mensaje común sobre la calidad, sostenibilidad y beneficios de sus productos, como ha sido la unión entre AILIMPO; Aprifel, agencia francesa dedicada a la investigación e información sobre frutas y hortalizas; y Fruit Union, asociación de distribuidores hortofrutícolas de Polonia, para desarrollar "Good Move From Europe".

Los requisitos para solicitar un proyecto de este tipo incluyen la colaboración entre al menos dos organizaciones de diferentes Estados miembros de la UE, la presentación de un plan detallado que incluya objetivos, estrategias, actividades promocionales y un presupuesto claro. Además, es crucial demostrar el valor añadido europeo y cómo el proyecto contribuirá a los objetivos de la política agrícola común.

**Optar a un Programa Europeo de Promoción Múltiple puede ser crucial para el crecimiento de un producto agroalimentario y el sector que lo produce.** Estos programas ofrecen una plataforma significativa para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de los productos en mercados clave, fomentando la competitividad y abriendo nuevas oportunidades comerciales. Además, permiten a los productores beneficiarse de una promoción conjunta, lo que puede reducir costos y maximizar el impacto de las campañas publicitarias.

**Este 2024 ha comenzado "EU Good Move", la nueva campaña de promoción impulsada por AILIMPO ¿Qué particularidades han diferenciado a este proyecto con respecto a otros desarrollados anteriormente por Tactics? ¿Qué es lo más bonito o gratificante de trabajar con una fruta tan singular como el limón y pomelo?**



"Good Move From Europe" es una campaña de divulgación particularmente emocionante ya que llama a la acción de manera directa a los más jóvenes, la Generación Z. Este proyecto ha analizado la situación de actividad y rutinas alimentarias en los ciudadanos europeos de entre 18 a 34 años, a través del cual descubrimos que más del 34% no consume ni frutas ni verduras. No sólo con eso, sino que 4 de cada 5 jóvenes europeos, indican tener dificultades para pasar a la acción de hacer deporte. Este estudio, nos indica que los más jóvenes necesitan motivación para realizar ejercicio físico y educación alimentaria, dos factores claves para desarrollar una sociedad joven fuerte y sana. Por ello, como símbolo de concienciación con una buena alimentación para nuestra sociedad, **AILIMPO, como productor, comercializador e industrializador del limón y el pomelo españoles, ha impulsado el nacimiento de esta campaña de promoción, tan esencial para el cambio de hábitos saludables con pequeños esfuerzos diarios.**



Lo más gratificante de trabajar con frutas tan singulares como el limón y el pomelo, es su versatilidad y su imagen positiva para con la sociedad.

Estas frutas no solo son conocidas por su sabor y frescura, sino también por sus numerosos beneficios para la salud. Poder transmitir estas cualidades y ver cómo los consumidores responden de manera positiva a nuestras campañas es muy satisfactorio. Además, el limón y el pomelo tienen un fuerte vínculo con la cultura y la agricultura española, lo que añade un valor emocional a nuestro trabajo y nos permite promover el orgullo por los productos locales.

## AILIMPO y Tactics Europe también tienen previsto volver a sorprender al sector con el Programa Europeo de Promoción Múltiple del limón y pomelo. ¿Qué podéis adelantarnos sobre las acciones de los próximos meses?

Seguiremos desarrollando actividades diseñadas para educar, inspirar y motivar a adoptar un estilo de vida saludable.

Por ejemplo, patrocinaremos grandes eventos deportivos como el Open de Tenis de Australia y carreras populares, que contarán con la participación de los embajadores de la campaña, Adrián Ben y Águeda Marqués, atletas clasificados para los Juegos Olímpicos de París 2024. Además, continuaremos amplificando la presencia de la campaña en plataformas sociales clave como TikTok, YouTube, Twitch, Facebook, Instagram y Spotify.

**JUEGOS OLÍMPICOS 2024**

**No hace falta ser deportista olímpica para tener buenos hábitos**

**Lleva tus propias bolsas: pequeños gestos, grandes cambios**

**GOOD MOVE! FROM EUROPE**

**¡ADRIÁN & ÁGUEDA VUESTRA DEDICACIÓN Y ESFUERZO NOS INSPIRAN!!**

**¡MUCHO ÁNIMO EN LOS JUEGOS OLÍMPICOS**

ailimpo | TACTICS EUROPE | EUROPEAN UNION

## ACTIVIDADES DE LA INTERPROFESIONAL.

- 🍋 Jornada del INFO sobre Geopolítica.
- 🍋 Reunión Sectorial de Cítricos. SG de Frutas y Hortalizas y Vitivinicultura.
- 🍋 Videoconferencia STANPA - Oficina Española de Cambio Climático.
- 🍋 Videoconferencia AGROA. Agricultura Regenerativa.
- 🍋 Reunión del Foro de Participación del Proyecto AgriConCiencia.
- 🍋 Reunión seguimiento y actualización acciones programa múltiple EU Good Move.
- 🍋 Reunión CEBAS. Agricultura Regenerativa.
- 🍋 Junta Directiva CROEM.



## AILIMPO PARTICIPA EN LA REUNION DEL SECTOR DE CITRICOS EN EL MAPA.

En la reunión del pasado 3 de julio, se ha dedicado especial atención a la compleja situación de precios en origen por la que atraviesa el sector del limón, debido a un desequilibrio entre oferta y demanda, y que, a la vista del crecimiento experimentado por la superficie en los últimos años, puede convertirse en un problema estructural.

Desde hace meses el Ministerio de Agricultura trabaja con las comunidades autónomas y el sector, especialmente con la Asociación Interprofesional del Limón y Pomelo (AILIMPO), para abordar su compleja situación y buscar soluciones de carácter integral.



## IMPORTACIONES DE LIMÓN EN LA UE 27.

El análisis de los datos de importación de limón de la actual campaña 23-24 de septiembre a junio y el comparativo con los datos de las campañas anteriores y el promedio de las últimas 4 campañas (2019-19 a 2022-23) se puede observar en la siguiente tabla.

En la actual campaña 2023-24 se han importado 220.696 Tons, lo que supone en 10 meses, 21.597 Tons menos de limón que la campaña pasada 2022-23 en el mismo periodo y un 8% menos de limones que el promedio de los últimos 4 años (19-20 A 22-23).



### IMPORTACIONES DE LIMÓN EN LA UE 27 SEPTIEMBRE A JUNIO CAMPAÑAS 2019-2020 A ACTUAL 2023-2024 FUENTE DG TAXUD UE

**EN LA ACTUAL CAMPAÑA 23-24 (SEPT-JUNIO) SE HAN IMPORTADO 220.696 TONS**

**EN LA ACTUAL CAMPAÑA 23-24 SE HA IMPORTADO UN 8% MENOS QUE EL PROMEDIO  
(241.606) DE LAS 4 CAMPAÑAS ANTERIORES (19/20 – 22/23)**

2023-2024	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
SUDAFRICA	22.662	3.777	31	66	4	0	152	214	5.135	38.399	70.440
ARGENTINA	12.536	711	110	0	0	0	0	0	584	3480	17.421
TURQUIA	6.331	23.994	16.771	18.010	14.137	11.338	11.459	9.409	4.043	440	115.932
URUGUAY	961	71	0	0	0	0	0	0	0	49	1.081
EGIPTO	408	181	680	2.332	2.571	1.617	911	273	1.149	1.558	11.680
CHILE	545	119	0	0	0	0	0	0	0	0	664
OTROS	1.685	502	187	117	74	58	41	126	197	491	3.478
<b>TOTAL</b>	<b>45.128</b>	<b>29.355</b>	<b>17.779</b>	<b>20.525</b>	<b>16.786</b>	<b>13.013</b>	<b>12.563</b>	<b>10.022</b>	<b>11.108</b>	<b>44.417</b>	<b>220.696</b>

2022-2023	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
<b>TOTAL</b>	<b>40.091</b>	<b>17.325</b>	<b>15.578</b>	<b>19.878</b>	<b>14.580</b>	<b>12.309</b>	<b>10.628</b>	<b>10.351</b>	<b>25.328</b>	<b>76.225</b>	<b>242.293</b>

2021-2022	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
<b>TOTAL</b>	<b>81.491</b>	<b>25.209</b>	<b>17.708</b>	<b>19.680</b>	<b>15.958</b>	<b>12.696</b>	<b>12.732</b>	<b>14.404</b>	<b>25.962</b>	<b>76.678</b>	<b>302.518</b>

2020-2021	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
<b>TOTAL</b>	<b>38.713</b>	<b>27.870</b>	<b>18.768</b>	<b>17.651</b>	<b>12.412</b>	<b>7.312</b>	<b>6.073</b>	<b>5.778</b>	<b>10.112</b>	<b>36.473</b>	<b>181.162</b>

2019-2020	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
<b>TOTAL</b>	<b>41.058</b>	<b>23.346</b>	<b>14.255</b>	<b>16.868</b>	<b>11.158</b>	<b>6.521</b>	<b>7.326</b>	<b>2.880</b>	<b>31.872</b>	<b>85.165</b>	<b>240.449</b>

PROMEDIO 4 AÑOS	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
<b>TOTAL</b>	<b>50.338</b>	<b>23.438</b>	<b>16.577</b>	<b>18.519</b>	<b>13.527</b>	<b>9.710</b>	<b>9.190</b>	<b>8.353</b>	<b>23.319</b>	<b>68.635</b>	<b>241.606</b>



# AGRICULTURA REGENERATIVA (A.R.) EN LIMÓN Y POMELO

## ¿QUÉ ES LA AGRICULTURA REGENERATIVA?

Soluciones basadas en la naturaleza (SBN) para enriquecer el suelo y favorecer la biodiversidad.

### ESCENARIO



Disminuye la producción

Más plagas y enfermedades

Temperaturas más fluctuantes y extremas

Lluvias y vientos fuertes

Más erosión y pérdida de suelos fértiles

Menor disponibilidad de agua

## BENEFICIOS E IMPACTOS DE LA AGRICULTURA REGENERATIVA EN LIMÓN Y POMELO

### AGRICULTURA REGENERATIVA

Reducción uso de pesticidas y abonos inorgánicos

Menos erosión

Secuestro de carbono

Aumento de la rentabilidad

Alimentos nutritivos

Resiliencia a los fenómenos extremos

Aumento retención y calidad del agua

Más biodiversidad

Menor incidencia de daños por plagas

Asegurar los rendimientos

## REUNION PROYECTO AGRICONCIENCIA, CON LA PARTICIPACION DE AILIMPO.

El pasado 12 de julio, algunos socios del proyecto #agriconciencia, como son ANSE, Ailimpo (Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo) Cebas CSIC y la Universidad de Murcia se reunieron con representantes de las fincas incluidas en el proyecto.

El objetivo principal de la reunión fue dar un repaso a las acciones inicialmente ejecutadas hasta el momento, y planificar las futuras actuaciones de los próximos meses, además de recoger las impresiones de los productores y técnicos para re-dirigir los trabajos.



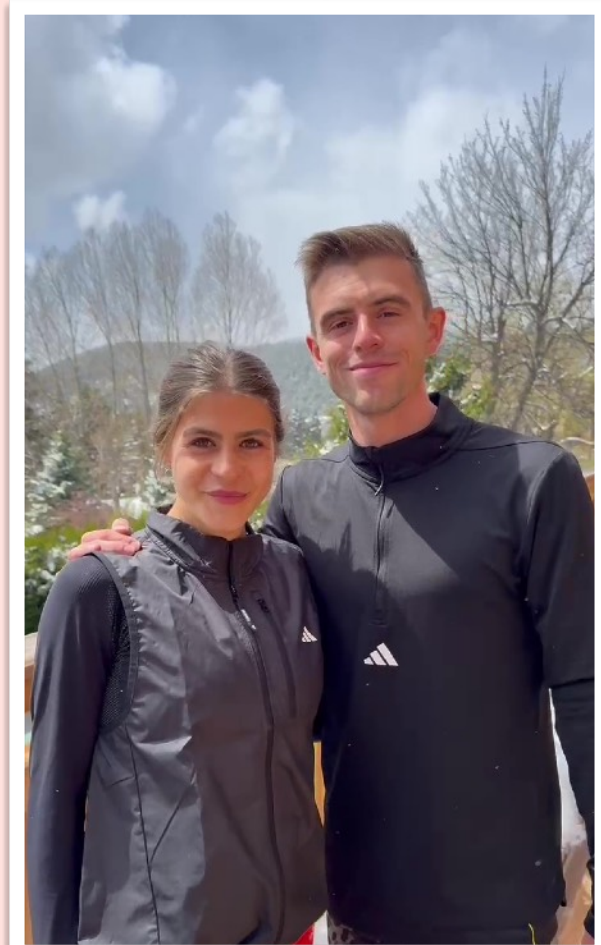
## ÁGUEDA MARQUÉS Y ADRIÁN BEN, EMBAJADORES DE LA CAMPAÑA EUROPEA 'GOOD MOVE FROM EUROPE' CLASIFICADOS PARA LOS JJOO DE PARIS.

Adrián Ben y Águeda Marqués son atletas especializados en carreras de medio fondo que se han involucrado en '**Good Move From Europe**', una iniciativa que fomenta un estilo de vida más activo y saludable.

Pues bien, con la clasificación de Águeda Marqués el pasado 4 julio, ambos representaran a España y a nuestro movimiento en los **JJOO de Paris** en la competición de atletismo.

Todo nuestro apoyo a estos excelentes deportistas que seguro nos darán muchas alegrías en las próximas semanas.

Una campaña de divulgación e información impulsada por la Organización Interprofesional de Limón y Pomelo (**AILIMPO**) en España y que cuenta con la colaboración de la Unión Europea.





## AILIMPO RESPONDE.

### ¿CÓMO AFECTA LA CLIMATOLOGÍA A LA FLORACIÓN Y EL CUAJE DEL LIMONERO?

Existen diferentes incidencias meteorológicas que pueden afectar a la cosecha final de los limoneros. Aspectos como la temperatura, las precipitaciones o la humedad relativa pueden tener un efecto sobre la floración, el cuaje y en definitiva, en el número de frutos totales que se desarrollan en el árbol hasta su cosecha.

En el caso de las temperaturas, cuando son anormalmente altas durante la floración y el cuaje, pueden provocar la pérdida de flores y frutos recién cuajados.

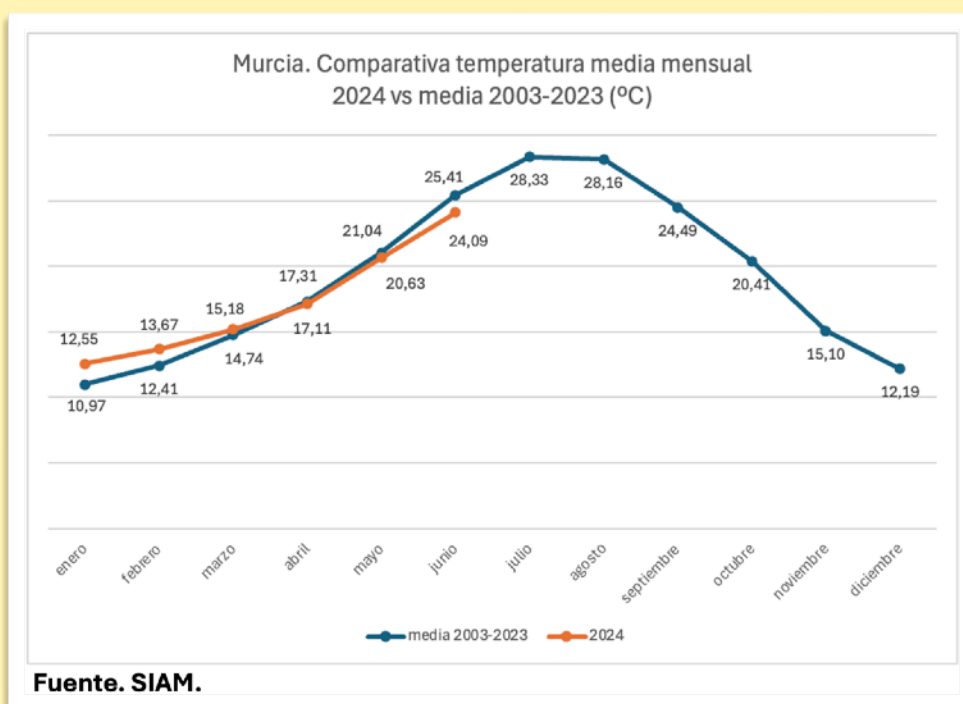
Además, cuando las precipitaciones son intensas y continuadas durante la época de floración, se produce una mala polinización.

Un ejemplo de cómo estas condiciones pueden afectar a la cosecha de limón fue lo ocurrido en la primavera de 2022 donde los importantes episodios de lluvia ocurridos durante marzo y abril afectaron a la floración y cuaje en numerosas zonas de producción.

Pero centrándonos en **esta primavera de 2024**, según la información climática disponible, **durante la época de floración y cuaje no se han producido anomalías climáticas a destacar**

por lo que podemos decir que las condiciones en las que se han desarrollado han sido normales y no han afectado al potencial productivo de los árboles.

De hecho, las temperaturas han sido similares a las de los últimos 21 años. Como se observa en el gráfico siguiente, solo en el mes de marzo estuvieron ligeramente por encima de la media, siendo los meses de abril, mayo y junio inferiores.



En relación con las precipitaciones, las lluvias durante la floración han sido mucho más escasas que la media de los últimos 21 años.

El cultivo del limonero está muy influenciado por la meteorología y la futura cosecha depende en gran medida, de que durante la época de floración y cuaje no se produzcan temperaturas muy elevadas y que las lluvias no sean intensas ni persistentes. **En la primavera de 2024 la meteorología ha sido muy adecuada para que, independientemente de otros condicionantes específicos de cada finca, los árboles dispongan de un número de frutos suficiente para obtener una producción final adecuada.**

## Producción LIMÓN Comercializada (1 SEP - 30 JUN 2024). TM

	20/21	21/22	22/23	23/24	Dif. 23/24- 22/23
EXP. U.E. + UK	627.345	590.501	532.942	567.042	6%
EXP. P.TERC.	30.058	20.829	15.643	22.812	46%
Mº. INTERIOR	153.660	153.660	144.440	144.440	0%
MERMAS	40.553	38.249	34.651	36.715	6%
INDUSTRIA	396.851	306.737	200.053	329.621	65%
<b>TOTAL</b>	<b>1.248.467</b>	<b>1.109.976</b>	<b>927.729</b>	<b>1.100.629</b>	<b>19%</b>

### Miembros de AILIMPO:



[www.ailimpo.com](http://www.ailimpo.com)

<https://good-move.eu/es/>