“La extensión de norma tendrá un beneficio sectorial, para todos los eslabones de la cadena”

El Consejo de Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias acaba de autorizar la extensión de norma del sector del limón y pomelo con aportación económica. Para conocer qué implicaciones tiene para el sector y especialmente hacia qué se destinará este presupuesto, entrevistamos en eComercio Agrario a José Antonio García, gerente de AILIMPO.

Por Marga López, periodista agroalimentaria (@MargaLopez77)

Acabamos de conocer la aprobación de esta extensión de norma para el sector del limón y pomelo**, con aportación económica, como así solicitaba** AILIMPO**, ¿qué supone para la Interprofesional?**

AILIMPO se creó en el año 98, hace ya casi 22 años, por lo que es una de la interprofesionales más antiguas y activas de nuestro país. A lo largo de todos estos años hemos venido trabajando en múltiples enfoques y proyectos, sobre todo enfocados a vertebrar y organizar el sector, a tener

un departamento muy potente de análisis y datos. Yo creo que la extensión de norma que se acaba de aprobar es la guinda a ese trabajo de 22 años y a su vez la puerta de entrada a una nueva fase del trabajo de la Interprofesional. **Esperamos su publicación en breve en el BOE,** y ya de cara al inicio de la próxima campaña, una vez puesta en marcha toda la carga y procedimientos administrativos asociado a ella, comenzar con su aplicación.

¿Cuál es el objetivo concreto de esta extensión de norma?

La extensión de norma es un mecanismo legal habilitado por la legislación europea y por la normativa española de las interprofesionales, que recoge que un acuerdo que es adoptado por una interprofesional se haga extensiva su obligación al resto del sector.

En concreto el objetivo de esta extensión de norma solicitada por Ailimpo es tener **un sistema de recaudación basado en aportaciones paritarias de la producción, del comercio y de la transformación**, que nos va a permitir disponer en los próximos cinco años, de un presupuesto muy ambicioso y muy potente, herramienta clave para poder afrontar los grandes retos que tenemos por delante.

Se fija cuota de 0,60 € por tonelada para la producción y comercialización

¿De qué retos se trata?

Uno de los grandes retos es la Campaña de Promoción e Información del Limón de España, que la UE nos aprobó para desarrollar en España, Francia, Alemania, EE.UU. y Canadá. Comenzará a partir de septiembre y se prolongará durante los próximos tres años. La cofinanciación de esta campaña es del 70%, por lo tanto el sector tiene que aportar el 30% restante. Esta extensión de norma es la herramienta legal que cierra el círculo para completar ese presupuesto y tener la recaudación suficiente para llevarla a cabo.

Además, nos va a permitir diseñar y preparar campañas más limitadas en cuanto a presupuesto, pero igualmente necesarias en relación con el pomelo, sobre todo en el mercado nacional pues es un producto aún muy desconocido. En este sentido, **reforzaremos la información y promoción del pomelo en España**. Por otro lado, también realizaremos alguna **acción concreta sobre los productos transformados de limón y pomelo**, como los zumos o aceites esenciales; y por último, y no menos importante, destinaremos un 20% del presupuesto recaudado a **proyectos de I+D**, cuya finalidad es la búsqueda de nuevos usos y utilidades al limón y pomelo; realizar **estudios de índices de referencia, de costes y precios**, en la línea con los que ya estábamos realizando en el marco de la Ley de Mejora de la Cadena Alimentaria.

¿Qué aportación concreta va a tener cada eslabón de la cadena?

Se trata de una aportación económicamente de una cuota de 0,60 € por tonelada para la producción y comercialización, con independencia de si se forma parte o no de la Interprofesional. **En el caso de la transformación, esta cuota fluctuará en función del volumen de fruta procesada**. Ahora mismo estamos poniendo en marcha los mecanismos administrativos internos par a la recaudación, fijándonos mucho en cómo ya lo están haciendo otras interprofesionales, a las que agradecemos su colaboración y flujo de información.

Consistirán en **declaraciones mensuales y trimestrales**, donde habrá absoluta transparencia en tiempo real del dinero recaudado y de dónde y cómo se invierte. Porque además esta extensión de norma tiene una regla fundamental, y es que las actuaciones que se desarrollen con esos fondos, **tienen que tener un beneficio sectorial, son campañas genéricas** para promocionar el consumo de estos productos, y tienen que tener una repercusión positiva para todo el sector.

Para terminar, y cuando estamos a punto de cerrar la campaña, ¿cómo ha sido su desarrollo tanto en limón Fino como Verna?

Ha sido una campaña larga, que **finalizaremos con una producción entorno a las 1.100.000 toneladas,** tal y como habíamos avanzado en nuestros aforos de septiembre, y ligeramente inferior a la del ejercicio anterior, donde tuvimos una cosecha récord con 1.300.000. Por lo tanto volvemos a nuestras cifras habituales.

En cuanto a los precio del limón Fino, han sido buenos para el productor, con una media de 0,40-0,41 €/kg en árbol, por lo tanto, rentable para el productor. El Estado de Alarma provocó una finalización precipitada de la campaña de Fino e inicio anticipada del limón **Verna, que terminará a finales de junio, con unos precios medios de 0,75 €/kg para el productor**, es decir, bastante rentable.

Para el comercializador ha sido un ejercicio de mucha presión en los precios, a excepción de las seis primeras semanas del Estado de Alarma, del 15 de marzo al 30 de abril, donde **el consumo se incrementó mucho, al igual que la exportación (+25%), todo ello a pesar de la caída de las compras del canal HORECA** (el 40% de las ventas de limón en Europa son para el canal HORECA. En mayo, los niveles de venta se han normalizado, con una ralentización de las compras por esta vuelta a la normalidad sin que el canal HORECA se haya reactivado.

También hay que destacar que desde mediados de mayo, comenzamos a apreciar la llegada a Europa de limones de Sudáfrica y Argentina, antes de lo habitual, y esto limita mucho nuestras exportaciones.