



Hoy, en la presentación de la campaña “Bienvenido a la era del limón”

El secretario general de Agricultura y Alimentación subraya la apuesta de Ailimpo por abrir nuevos mercados para el limón

- Fernando Miranda pone en valor esta campaña de la Interprofesional Ailimpo por revalorizar y abrir nuevas vías de expansión y progreso para este importante producto del sector de los cítricos españoles
- Apunta que este sector puede ser un importante referente para desarrollar las tres “Des” de dimensión, diferenciación y digitalización en su actividad

9 de octubre de 2020. El secretario general de Agricultura y Alimentación, Fernando Miranda, ha participado hoy en la presentación de las campañas de promoción “Bienvenido a la era del limón-Welcome to the lemon age”, de la Asociación Interprofesional del Limón y Pomelo (Ailimpo), para la búsqueda de nuevos mercados a través de la divulgación de las propiedades y características beneficiosas de este producto.

Esta campaña es una apuesta decidida de Ailimpo por revalorizar y abrir nuevas vías de expansión y progreso para este importante producto del sector de los cítricos españoles, ha destacado Miranda.

Miranda ha hecho hincapié en que Ailimpo es un ejemplo de Interprofesional bien dimensionada, que ejerce una gran capacidad de liderazgo, y un ejemplo sectorial, porque hay que pasar del aprobado de la producción a aprobar la asignatura del valor. Y un ejemplo es esta campaña, según Miranda, ya que apuesta y consigue diferenciar un producto, poco diferenciado, aumentando su valor añadido.

El secretario general ha remarcado la capacidad de Ailimpo para impulsar el valor del segmento del limón y pomelo dentro de la cadena alimentaria.

Nota de prensa





Ha citado, en el marco de la futura Política Agraria Común (PAC), el mantenimiento de las ayudas para las organizaciones de productores y que pueden beneficiar al sector del limón y pomelo.

España es la primera productora de limón en fresco de la Unión Europea y líder mundial de exportación en fresco y segunda en capacidad de transformación.

Este sector puede ser un importante referente para desarrollar las tres “Des”, que pone en valor el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas: dimensión, diferenciación y digitalización.

CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN

El secretario general ha valorado la organización eficaz de Ailimpo, por lo que ha conseguido la autorización de la extensión de norma, que se concreta en actuaciones de mejora de la imagen del sector y en el impulso de programas de investigación, desarrollo, innovación tecnológica y estudios.

En este contexto, las campañas “Bienvenido a la era del limón-Welcome to the lemon age”, que hoy se ha presentado, cuentan con una inversión de 6,5 millones de euros, con la cofinanciación de la Unión Europea, para divulgar la imagen del limón en países europeos y en los importantes mercados de Estados Unidos y Canadá.

La campaña cuenta con la participación de los deportistas Saúl Cravioto, Javier Fernández y Sandra Sánchez, que representan los valores del esfuerzo, la voluntad y la determinación, que conducen a la diferenciación.

El secretario general ha remarcado la capacidad de Ailimpo para impulsar el valor del segmento del limón y pomelo dentro de la cadena alimentaria.

Ha citado, en el marco de la futura Política Agraria Común (PAC), el mantenimiento de las ayudas para las organizaciones de productores de frutas y hortalizas y que pueden beneficiar al sector del limón y pomelo.

