

**Cámara**  
Alicante

artículos





## ECONOMÍA MUNDIAL

### Economía mundial en 2020

Desde comienzos del año, la pandemia de COVID-19 ha cobrado más de un millón de vidas, y aún no ha tocado a su fin. Muchas más personas han padecido graves dolencias. Se prevé que este año casi 90 millones de personas caerán en la indigencia.

La economía mundial está comenzando a dejar atrás los mínimos en los que cayó durante el Gran Confinamiento del mes de abril. Pero como la pandemia de COVID-19 continúa propagándose, muchos países han disminuido el ritmo de reapertura y algunos están volviendo a instituir confinamientos parciales para proteger a las poblaciones susceptibles. Aunque la recuperación de China ha ocurrido con más rapidez de lo esperado, el largo camino que deberá recorrer la economía mundial para retomar los niveles de actividad previos a la pandemia sigue siendo susceptible a obstáculos.

La economía mundial deja atrás lo peor, pero se expone a reveses. El comercio internacional comenzó a recuperarse en junio a medida que iban levantándose los confinamientos. China contribuyó decisivamente a esa recuperación. Sus exportaciones se recuperaron de las profundas caídas sufridas en meses anteriores del año, gracias a la reactivación de la actividad y al vigoroso repunte de la demanda externa de equipamiento médico y equipos necesarios para el trabajo a distancia.

La desaceleración causada por la pandemia de COVID-19 ha sido muy diferente de las recesiones pasadas. En otras desaceleraciones, los sectores orientados a los servicios sufrieron en general contracciones del crecimiento más pequeñas que la industria manufacturera. En la crisis actual, la respuesta de salud pública necesaria para contener la transmisión, junto con los cambios de comportamiento, significa que los sectores de servicios que dependen de las interacciones en persona —especialmente el comercio mayorista y minorista, la hotelería, las artes y el esparcimiento— han sufrido contracciones más profundas que la manufactura. Por otro lado, las masivas políticas de respaldo han evitado peores desenlaces.

### Zona Euro

El producto interior bruto (PIB) se desplomó un 6,8% en la eurozona y un 6,4% en la Unión Europea (UE) en 2020 como consecuencia de la pandemia de coronavirus, poniendo fin a siete años de crecimiento en ambas zonas. En el último trimestre de 2020 el PIB bajó un 0,5% en los Veintisiete y un 0,7% en el área del euro con respecto a los tres meses previos. En comparación con el cuarto trimestre de 2019, el retroceso fue del 4,8% y del 5,1%, respectivamente, de acuerdo con los datos de la oficina de estadística comunitaria.

El brote de coronavirus y las restricciones impuestas para contenerlo desde marzo provocaron un desplome récord del PIB en el segundo trimestre, del 11,4% en la UE y del 11,7% en la eurozona. Entre julio y septiembre el fin de los confinamientos estrictos y la relajación parcial de las limitaciones en el continente propiciaron un fuerte rebote del PIB -del 11,5% y del 12,4%, respectivamente-, que se vio poco después interrumpido por la segunda ola del Covid-19. En el cuarto trimestre la contracción fue del 1,3%, lejos de los augurios que la situaban en torno al 4%.

## WORLD ECONOMY

### Global economy in 2020

Since the beginning of the year, the COVID-19 pandemic has claimed more than one million lives, and it is not yet over. Many more people have suffered serious ailments. Nearly 90 million people are expected to become destitute this year.

The global economy is beginning to leave behind the lows into which it fell during the Great Confinement of April. But as the COVID-19 pandemic continues to spread, many countries have slowed the pace of reopening and some are reinstating partial confinements to protect susceptible populations. Although China's recovery has occurred more quickly than expected, the long road the global economy will need to travel to return to pre-pandemic levels of activity remains subject to obstacles.

The world economy is over the worst, but is exposed to setbacks. International trade began to pick up in June as the lockdowns were lifted. China was a key contributor to the recovery. Its exports recovered from the sharp declines suffered in previous months of the year thanks to the upturn in activity and a strong rebound in foreign demand for medical equipment and telecommuting hardware.

The slowdown caused by the COVID-19 pandemic has been very different from past recessions. In other downturns, service-oriented sectors generally suffered smaller growth contractions than manufacturing. In the current crisis, the public health response needed to contain transmission, coupled with behavioral changes, have caused service sectors that rely on in-person interactions -especially wholesale and retail trade, hospitality, arts and entertainment- to suffer deeper contractions than manufacturing. On the other hand, massive policy support has prevented worse outcomes.

### Euro Zone

Gross domestic product (GDP) plummeted by 6.8% in the euro zone and 6.4% in the European Union (EU) in 2020 as a result of the coronavirus pandemic, ending seven years of growth in both areas. In the last quarter of 2020, GDP fell by 0.5% in the EU-27 and by 0.7% in the euro area relative to the previous three months. Compared to the fourth quarter of 2019, the decline was 4.8% and 5.1%, respectively, according to data from the EU statistics office.

The coronavirus outbreak and the restrictions imposed to contain it since March led to a record slump in GDP in the second quarter of 11.4% in the EU and 11.7% in the euro zone. Between July and September, the end of strict confinement and the partial relaxation of restrictions on the continent led to a strong rebound in GDP of 11.5% and 12.4%, respectively, which was interrupted shortly afterwards by the second wave of Covid-19. In the fourth quarter, the contraction was 1.3%, far from forecasts of around 4%.

### Spain

In Spain, GDP contracted by 11% last year, the largest annual decline in the statistical series that ends six years of economic growth, according to data from the National Institute of Statistics. However, the decline was two tenths less than predicted by the Government and between October

## ÉCONOMIE MONDIALE

### L'économie mondiale en 2020

Depuis le début de l'année, la pandémie de COVID-19 a fait plus d'un million de victimes, et elle n'est pas encore terminée. De nombreuses autres personnes ont souffert de maladies graves et il est prévu que près de 90 millions de personnes tombent dans un dénuement extrême au cours de l'année.

L'économie mondiale a commencé à s'extirper du gouffre dans lequel elle était tombée pendant le Grand Confinement du mois d'avril. Mais comme la pandémie de COVID-19 continue de se propager, de nombreux pays ont ralenti le rythme des réouvertures et certains rétablissent des confinements partiels pour protéger les populations sensibles. Bien que la reprise en Chine ait été plus rapide que prévu, le long chemin que l'économie mondiale devra parcourir pour retrouver les niveaux d'activité antérieurs à la pandémie reste semé d'obstacles.

L'économie mondiale a surmonté le pire, mais elle est exposée à des revers. Le commerce international a commencé à se redresser en juin, à mesure que les confinements étaient levés. La Chine a joué un rôle clé dans cette reprise. Ses exportations se sont remises des fortes baisses subies au cours des mois précédents grâce à la progression de l'activité et au fort rebond de la demande extérieure en équipements médicaux et matériel de télétravail.

Le ralentissement causé par la pandémie de COVID-19 a été très différent des récessions passées. Lors d'autres ralentissements, les secteurs axés sur les services ont généralement subi des contractions de croissance moins importantes que l'industrie manufacturière. Dans la crise actuelle, la réponse de santé publique nécessaire pour contenir la transmission, associée aux changements de comportement, a fait que les secteurs des services qui dépendent des interactions en personne - en particulier le commerce de gros et de détail, l'hôtellerie, les arts et le divertissement - ont subi des contractions plus importantes que l'industrie manufacturière. D'autre part, les politiques de soutien massives ont permis d'éviter des résultats plus graves.

### Zone Euro

Le produit intérieur brut (PIB) a chuté de 6,8 % dans la zone euro et de 6,4 % dans l'Union Européenne (UE) en 2020 en raison de la pandémie de coronavirus, mettant fin à sept années de croissance dans les deux zones. Au dernier trimestre de 2020, le PIB a diminué de 0,5 % dans l'UE-27 et de 0,7 % dans la zone euro par rapport aux trois mois précédents. En comparaison avec le quatrième trimestre de 2019, la baisse a été respectivement de 4,8 % et de 5,1 %, selon les données de l'office des statistiques de l'UE.

L'épidémie de coronavirus et les restrictions imposées pour l'endiguer depuis mars ont entraîné une chute record du PIB au deuxième trimestre, de 11,4 % dans l'UE et de 11,7 % dans la zone euro. Entre juillet et septembre, la fin du confinement strict et l'assouplissement partiel des restrictions sur le continent ont entraîné un fort rebond du PIB de 11,5 % et 12,4 %, respectivement, qui a été interrompu peu après par la deuxième vague de Covid-19. Au quatrième trimestre, la contraction a été de 1,3%, loin des prévisions d'environ 4%.

## WELT WIRTSCHAFT

### Weltwirtschaft im Jahr 2020

Seit Anfang des Jahres hat die COVID-19-Pandemie mehr als eine Million Menschenleben gefordert, und sie ist noch nicht vorbei. Viele weitere Menschen sind schwer erkrankt. Es wird erwartet, dass in diesem Jahr fast 90 Millionen Menschen mittellos werden.

Die Weltwirtschaft beginnt, die Tiefstände, in die sie während der Großen Enge im April gefallen ist, hinter sich zu lassen. Da sich die COVID-19-Pandemie jedoch weiter ausbreitet, haben viele Länder das Tempo der Wiedereröffnung verlangsamt, und einige setzen partielle Sperrungen wieder ein, um die anfällige Bevölkerung zu schützen. Obwohl sich China schneller als erwartet erholt hat, bleibt der lange Weg, den die Weltwirtschaft zurücklegen muss, um das Aktivitätsniveau von vor der Pandemie zu erreichen, mit Hindernissen behaftet.

Die Weltwirtschaft hat die Talsohle durchschritten, ist aber Rückschlägen ausgesetzt. Der internationale Handel begann sich im Juni zu beleben, als die Abriegelungen aufgehoben wurden. China trug maßgeblich zur Erholung bei. Seine Exporte erholten sich von den starken Rückgängen in den vorangegangenen Monaten des Jahres dank der anziehenden Konjunktur und einer starken Erholung der Auslandsnachfrage nach medizinischen Geräten und Hardware für die Telearbeit.

Die durch die COVID-19-Pandemie verursachte Verlangsamung unterschied sich stark von vergangenen Rezessionen. In anderen Abschwüngen erlitten dienstleistungsorientierte Sektoren im Allgemeinen geringere Wachstumseinbußen als das verarbeitende Gewerbe. In der aktuellen Krise haben die Maßnahmen des öffentlichen Gesundheitswesens zur Eindämmung der Übertragung in Verbindung mit Verhaltensänderungen dazu geführt, dass die Dienstleistungssektoren, die auf persönliche Interaktionen angewiesen sind - insbesondere der Groß- und Einzelhandel, das Gastgewerbe, Kunst und Unterhaltung -, stärkere Rückgänge als das verarbeitende Gewerbe hinnehmen mussten. Andererseits hat die massive politische Unterstützung schlimmere Ergebnisse verhindert.

### Euro-Zone

Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) ist im Jahr 2020 aufgrund der Coronavirus-Pandemie in der Eurozone um 6,8 % und in der Europäischen Union (EU) um 6,4 % gesunken und hat damit das siebenjährige Wachstum in beiden Gebieten beendet. Im letzten Quartal 2020 sank das BIP in der EU-27 um 0,5 % und im Euroraum um 0,7 % im Vergleich zu den vorangegangenen drei Monaten. Im Vergleich zum vierten Quartal 2019 betrug der Rückgang 4,8 % bzw. 5,1 %, so die Daten des EU-Statistikamtes.

Der Ausbruch des Coronavirus und die seit März verhängten Restriktionen zu dessen Eindämmung führten im zweiten Quartal zu einem Rekordeinbruch des BIP von 11,4 % in der EU und 11,7 % in der Eurozone. Zwischen Juli und September führten das Ende der strikten Eingrenzung und die teilweise Lockerung der Restriktionen auf dem Kontinent zu einem kräftigen Aufschwung des BIP von 11,5 % bzw. 12,4 %, der kurz darauf durch die zweite Welle von Covid-19 unterbrochen wurde. Im vierten Quartal lag die Kontraktion bei 1,3 % und damit weit entfernt von den Prognosen von rund 4 %.



## España

En España, el PIB se contrajo un 11% el año pasado, el mayor descenso anual de la serie estadística que acaba con seis años de crecimiento económico, según datos del Instituto Nacional de Estadística. Sin embargo, el descenso fue dos décimas menor de lo pronosticado por el Gobierno y entre octubre y diciembre el PIB logró seguir creciendo pese a la segunda ola de la pandemia, un 0,4%, frente a las previsiones que auguraban una recaída.

A principios de 2020, la economía española se encontraba en una fase positiva de crecimiento, que duraba más de cinco años y cuyos fundamentos eran más sólidos que en ciclos pasados, pese a la persistencia de ciertos legados de la crisis.

La economía española se ha visto particularmente afectada, debido a la intensidad de las medidas adoptadas y su estructura productiva. España está entre los países que han adoptado medidas más intensas y, además, se ve particularmente afectada debido al peso de los sectores más directamente impactados por las restricciones (restauración, ocio, hostelería, cultura, turismo y transporte de pasajeros). La alta tasa de temporalidad presente en la economía española supone un factor amplificador de los ciclos económicos en el mercado de trabajo.

Una vez finalizado el Estado de Alarma e iniciada la etapa de convivencia con el virus a finales de junio, el pulso económico ha continuado recuperándose de forma progresiva en el tercer trimestre, donde se espera un crecimiento de dos dígitos, confirmando la señal de evolución en forma de V asimétrica. Los datos disponibles del tercer trimestre permiten estimar que se ha producido un crecimiento intertrimestral por encima del 10%.

## Alicante

Según el ISpA (Indicador sintético de la actividad económica de la provincia de Alicante) el PIB generado por la economía alicantina habría registrado una variación interanual del -28,7% en el segundo trimestre de 2020. Esta tasa es 21,4 puntos inferior a la estimada para el primer trimestre.

En el primer semestre de 2020, el PIB generado por la provincia de Alicante ha descendido un 18,1% en tasa interanual, un retroceso superior en 6,2 puntos al registrado por el conjunto de la economía española.

La actividad del sector servicios se contrajo un 33% debido, principalmente, al importante retroceso de las ramas del comercio, transporte y hostelería, con una tasa interanual del -67,7%, sensiblemente superior a la registrada en el primer trimestre (-20%). La construcción y la industria experimentan retrocesos del 12,7% y el 12,6%, respectivamente, inferiores en 7,2 y 5,8 puntos a los registrados en el trimestre precedente. Por último, el sector agrario muestra un crecimiento interanual positivo del 6,7%, continuando la tendencia de recuperación de la actividad observada en los trimestres anteriores.

En la provincia de Alicante, la caída del PIB en el segundo trimestre, estimada a través del ISpA, supera en 8 puntos la media nacional (-28,7% frente a -20,7%, respectivamente).

*Fuentes: Fondo Monetario Internacional, Eurostat, Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación digital y Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Alicante*

and December GDP still managed to grow by 0.4% despite the second wave of the pandemic, against forecasts that predicted a relapse.

At the beginning of 2020, the Spanish economy was in a positive growth phase of more than five years, with more solid foundations than in past cycles, despite the persistence of some legacies of the crisis.

The Spanish economy has been particularly affected due to the intensity of the measures adopted and its productive structure. Spain is among the countries that have adopted the most intense measures and, in addition, is particularly affected due to the weight of the sectors most directly impacted by the restrictions (restaurants, leisure, hotels, culture, tourism and passenger transportation). The high rate of temporary employment in the Spanish economy is an amplifying factor of economic cycles in the labor market.

Once the State of Alarm was over and the stage of coexistence with the virus began at the end of June, the economic pulse has continued to recover progressively during the third quarter, for which double-digit growth is expected, confirming the forecast of an asymmetrical V-shaped economic recovery. Available data for the third quarter suggest quarter-on-quarter growth of over 10%.

## Alicante

According to the ISpA (Synthetic Indicator of the economic activity of the province of Alicante), the GDP generated by the economy of Alicante would have registered a year-on-year variation of -28.7% in the second quarter of 2020. This rate is 21.4 points lower than that estimated for the first quarter.

In the first half of 2020, the GDP generated by the province of Alicante fell by 18.1% year-on-year, a decline 6.2 points higher than that recorded by the Spanish economy as a whole.

Activity in the services sector contracted by 33%, mainly due to the significant decline in the branches of commerce, transport and hotels and restaurants, with a year-on-year rate of -67.7%, significantly higher than that recorded in the first quarter (-20%). Construction and industry experienced declines of 12.7% and 12.6%, respectively, 7.2 and 5.8 points lower than those recorded in the previous quarter. Finally, the agricultural sector showed a positive year-on-year growth of 6.7%, continuing the trend of recovery in activity observed in previous quarters.

In the province of Alicante, the fall in GDP in the second quarter, estimated through the ISpA, is 8 points higher than the national average (-28.7% versus -20.7%, respectively).

*Sources: International Monetary Fund, Eurostat, Ministry of Economic Affairs and Digital Transformation and Official Chamber of Commerce, Industry, Services and Navigation of Alicante.*

## Espagne

En Espagne, le PIB s'est contracté de 11 % l'année dernière, soit la plus forte baisse annuelle de la série statistique qui met fin à six années de croissance économique, selon les données de l'Institut national de la statistique. Toutefois, la baisse a été inférieure de deux dixièmes aux prévisions du gouvernement et, entre octobre et décembre, le PIB a tout de même réussi à croître de 0,4 % malgré la deuxième vague de la pandémie, alors que les prévisions annonçaient une rechute.

Début 2020, l'économie espagnole se trouvait dans une phase de croissance positive, de plus de cinq ans, et dont les fondements étaient plus solides que lors des cycles passés, malgré la persistance de certains héritages de la crise.

L'économie espagnole a été particulièrement touchée en raison de l'intensité des mesures adoptées et de sa structure productive. L'Espagne fait partie des pays qui ont adopté les mesures les plus intenses et, de plus, elle est particulièrement touchée en raison du poids des secteurs les plus directement impactés par les restrictions (restaurants, loisirs, hôtellerie, culture, tourisme et transport de passagers). Le taux élevé d'emploi temporaire dans l'économie espagnole est un facteur amplificateur des cycles économiques sur le marché du travail.

Après la fin de l'état d'alarme et le début de la phase de coexistence avec le virus à la fin du mois de juin, le pouls économique a continué de se rétablir progressivement au cours du troisième trimestre, pour lequel une croissance à deux chiffres est attendue, confirmant la prévision d'une reprise économique en forme de V asymétrique. Les données disponibles pour le troisième trimestre suggèrent une croissance de plus de 10 % en glissement trimestriel.

## Alicante

Selon l'ISpA (Indicateur synthétique de l'activité économique de la province d'Alicante), le PIB généré par l'économie d'Alicante aurait enregistré une variation annuelle de -28,7% au deuxième trimestre 2020. Ce taux est inférieur de 21,4 points à celui estimé pour le premier trimestre.

Au cours du premier semestre 2020, le PIB généré par la province d'Alicante a diminué de 18,1 % en glissement annuel, une baisse supérieure de 6,2 points à celle enregistrée par l'ensemble de l'économie espagnole.

L'activité du secteur des services s'est contractée de 33%, principalement en raison de la baisse significative des branches du commerce, des transports et de l'hôtellerie et de la restauration, avec un taux interannuel de -67,7%, nettement supérieur à celui enregistré au premier trimestre (-20%). La construction et l'industrie ont connu des reculs de 12,7% et 12,6%, respectivement, soit 7,2 et 5,8 points de moins que ceux enregistrés au trimestre précédent. Enfin, le secteur agricole affiche une croissance interannuelle positive de 6,7%, poursuivant la tendance à la reprise de l'activité observée au cours des trimestres précédents.

Dans la province d'Alicante, la baisse du PIB au deuxième trimestre, estimée à travers l'ISPA, est supérieure de 8 points à la moyenne nationale (-28,7% contre -20,7%, respectivement).

*Sources: Fonds Monétaire International, Eurostat, Ministère des Affaires Économiques et de la Transformation Numérique et Chambre Officielle de Commerce, d'Industrie, de Services et de Navigation d'Alicante.*

## Spanien

In Spanien schrumpfte das BIP im vergangenen Jahr um 11%, der größte jährliche Rückgang in der statistischen Reihe, die sechs Jahre Wirtschaftswachstum beendet, so die Daten des Nationalen Instituts für Statistik. Der Rückgang war jedoch zwei Zehntel geringer als von der Regierung vorhergesagt und zwischen Oktober und Dezember konnte das BIP trotz der zweiten Welle der Pandemie immer noch um 0,4 % wachsen, entgegen den Prognosen, die einen Rückfall voraussagten.

Zu Beginn des Jahres 2020 befand sich die spanische Wirtschaft in einer positiven Wachstumsphase von mehr als fünf Jahren, mit einem solideren Fundament als in vergangenen Zyklen, trotz des Fortbestehens einiger Hinterlassenschaften der Krise.

Die spanische Wirtschaft ist aufgrund der Intensität der beschlossenen Maßnahmen und ihrer Produktionsstruktur besonders betroffen. Spanien gehört zu den Ländern, die die intensivsten Maßnahmen ergriffen haben, und ist darüber hinaus aufgrund des Gewichts der von den Beschränkungen am unmittelbarsten betroffenen Sektoren (Restaurants, Freizeit, Hotels, Kultur, Tourismus und Personenverkehr) besonders betroffen. Der hohe Anteil der Zeitarbeit in der spanischen Wirtschaft ist ein verstärkender Faktor der Konjunkturzyklen auf dem Arbeitsmarkt.

Nach dem Ende des Alarmzustands und dem Beginn der Phase der Koexistenz mit dem Virus Ende Juni hat sich der Konjunkturpuls im dritten Quartal, für das ein zweistelliges Wachstum erwartet wird, schrittweise weiter erholt und damit die Prognose einer asymmetrischen V-förmigen Konjunkturerholung bestätigt. Die verfügbaren Daten für das dritte Quartal deuten auf ein Wachstum von über 10 % gegenüber dem Vorquartal hin.

## Alicante

Laut dem ISpA (Synthetischer Indikator für die wirtschaftliche Aktivität der Provinz Alicante) hätte das von der Wirtschaft von Alicante erwirtschaftete BIP im zweiten Quartal 2020 eine Veränderung von -28,7 % im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet. Diese Rate ist 21,4 Punkte niedriger als die für das erste Quartal geschätzte.

Im ersten Halbjahr 2020 sank das BIP der Provinz Alicante um 18,1 % im Vergleich zum Vorjahr, ein Rückgang, der um 6,2 Punkte höher ist als der der spanischen Wirtschaft insgesamt.

Die Aktivität im Dienstleistungssektor schrumpfte um 33%, vor allem aufgrund des deutlichen Rückgangs in den Branchen Handel, Transport und Gastgewerbe, mit einer Jahresrate von -67,7%, deutlich höher als im ersten Quartal (-20%). Das Baugewerbe und die Industrie verzeichneten Rückgänge von 12,7% bzw. 12,6%, 7,2 bzw. 5,8 Punkte weniger als im Vorquartal. Der Landwirtschaftssektor schließlich wies im Jahresvergleich ein positives Wachstum von 6,7 % auf und setzte damit den in den Vorquartalen beobachteten Trend der Erholung der Aktivität fort.

In der Provinz Alicante ist der durch das ISpA geschätzte Rückgang des BIP im zweiten Quartal um 8 Punkte höher als der nationale Durchschnitt (-28,7% gegenüber -20,7%).

*Quellen: Internationaler Währungsfonds, Eurostat, Ministerium für Wirtschaft und Digitale Transformation und Offizielle Handels-, Industrie-, Dienstleistungs- und Schifffahrtskammer von Alicante.*





## AZAFRÁN, ESPECIAS E INFUSIONES

El año de 2020 fue el año de inicio de la pandemia que ha afectado y sigue haciéndolo a todos los países y habitantes en mayor o menor medida. Esto ha conllevado un desafío, que la sociedad en modo general, ha sabido mantener con un comportamiento cívico y ordenado con respecto a las distintas medidas tomadas por los Gobiernos de modo muy excepcional, dada la grave incidencia de casos y la muy grave pérdida de vidas que en los momentos de mayor contagio ha provocado fuertes tensiones en los servicios médicos, además de la pesadilla de la falta de medios para ayudar a las personas enfermas al inicio de la misma. Todos y cada uno de nosotros siempre llevaremos en la memoria el seguimiento de los partes de las distintas televisiones y gabinetes de crisis, así como recorrer los largos pasillos de los supermercados en solitario y manteniendo los sentidos de paso y la distancia de seguridad, los geles, el pago automatizado con tarjetas y móviles, por no hablar de las inseparables mascarillas.

Este desafío también llegó para confrontarlo en las empresas de nuestro gremio de alimentación, tomando enseguida medidas de contención de entrada del virus en las instalaciones, con la ayuda y fuerte concienciación del personal integrante de las empresas y la alta determinación de las direcciones de las mismas, para así lograr mantener un servicio puntual y sostenido de los distintos productos que se producen desde los albores del siglo XX en la Ciudad de Novelda y que hoy día se extiende a otros municipios cercanos. Esta fiabilidad no ha sido por casualidad, sino que está basada en los ya existentes y bien desarrollados sistemas de producción, de mantenimiento de la Calidad y know-how que se han ido mejorando a base de trabajar mucho y el empeño de muchos años. Fiel reflejo de productos basados en la experiencia de gamas como la de Especias, Condimentos, Sazonadores, el tradicional Azafrán o las refrescantes Infusiones.

Según datos ofrecidos por el Sr. Javier Navarro, asesor de Aprecoin, que es la asociación ya a nivel de la Comunidad Valenciana que engloba a 17 empresas. Se ha alcanzado el hito de más de 1.200 trabajadores integrados en las distintas empresas, convirtiéndose en el sector que más puestos de trabajo da en la ciudad de Novelda y uno de los más homogéneos del entorno del Valle del Vinalopó. Lo que indica la firmeza y capacidad de esfuerzo de un tejido productivo muy arraigado en el centro de la provincia de Alicante para renovarse y poner en el mercado productos de gran valor añadido y al alcance de la economía de las familias.

Para saber más, les recomendamos que visiten la nueva página web [www.aprecoin.es](http://www.aprecoin.es).

Estamos seguros que tras estos tiempos tan dolorosos que van pasando, tenemos un nuevo comienzo lleno de esperanza.

*César Crespo, desempeña su labor profesional en Azaconsa, SL, empresa asociada a Aprecoin.*

## SAFFRON, SPICES AND INFUSIONS

2020 was the starting year of the pandemic that has affected and continues to affect all countries and inhabitants to a greater or lesser extent. It has been a challenge that society in general has been able to face with a civic and orderly behavior, respecting the different measures taken by Governments under exceptional circumstances; the enormous number of cases and the very serious loss of lives, which in the peak of infections, have caused strong tensions in medical services, in addition to the nightmare of the initial lack of means to help sick people. Each and every one of us will always remember following the news from the various television stations and crisis cabinets, as well as walking the long aisles of supermarkets alone, respecting walking direction and social distancing, hand sanitizers, automated payment with cards and cell phones, not to mention the compulsory face masks.

The companies of our food guild also had to face this challenge, they immediately took measures to prevent the virus from entering the facilities, with the help and strong awareness of the companies' staff and the high determination of their management, in order to maintain a timely and sustained supply of the various products that have been produced since the dawn of the twentieth century in the city of Novelda and now also in other nearby municipalities. This reliability has not been achieved by chance, but is based on existing and well-developed production, quality maintenance and know-how systems that have been improved through hard work and commitment over many years. The result is a range of products based on the experience in Spices, Condiments, Seasonings, the traditional Saffron or the refreshing Infusions.

According to data provided by Mr. Javier Navarro, advisor to Aprecoin, the association, which now covers the entire Community of Valencia and represents 17 companies, has reached the milestone of employing more than 1,200 workers. It has become the sector that provides more jobs in the city of Novelda and one of the most homogeneous in the environment of the Vinalopó Valley. This shows the firmness and capability for hard work of a productive fabric, deeply rooted in the center of the province of Alicante, able to renew itself and put on the market products of high added value and affordable for any household.

Visit the new website to find out more: [www.aprecoin.es](http://www.aprecoin.es)

We are sure that after these painful times, we have a new beginning full of hope.

*César Crespo, carries out his professional work in Azaconsa Ltd, an enterprise associated to Aprecoin.*

## SAFRANS, ÉPICES ET INFUSIONS

L'année 2020 a été l'année du début de la pandémie qui a touché et continue de toucher tous les pays et tous les habitants de manière plus ou moins importante. C'est un défi auquel la société en général a su faire face avec un comportement civique et ordonné, en respectant les différentes mesures prises par les gouvernements dans des circonstances exceptionnelles ; le nombre énorme de cas et les très nombreuses pertes de vies, qui au pic des infections, ont provoqué de fortes tensions dans les services médicaux, en plus du cauchemar du manque initial de moyens pour aider les malades. Chacun d'entre nous se souviendra toujours de suivre les actualités des différentes chaînes de télévision et des cabinets de crise, ainsi que d'avoir parcouru seul les longues allées des supermarchés, en respectant le sens de la marche et la distance sociale, le gel, le paiement automatisé par carte et téléphone portable, sans oublier les masques obligatoires.

Les membres de notre association d'entreprises de l'alimentaire ont également dû faire face à ce défi, ils ont immédiatement pris des mesures pour éviter la propagation du virus dans nos installations, avec l'aide et la forte sensibilisation du personnel des entreprises et la grande détermination de la direction, afin de maintenir un approvisionnement opportun et soutenu de divers produits qu'on fabrique depuis l'aube du XXe siècle dans la ville de Novelda et maintenant aussi dans d'autres municipalités voisines. Cette fiabilité n'est pas le fruit du hasard, mais repose sur des systèmes de production déjà existants et bien développés, sur un maintien de la qualité et sur un savoir-faire qui ont été améliorés grâce à un travail et un engagement de longue haleine. Le résultat est une gamme de produits basée sur l'expérience dans les Épices, les Condiments, les Assaisonnements, le traditionnel Safran ou les Infusions rafraîchissantes.

Selon les données fournies par M. Javier Navarro, conseiller d'Aperecoin, l'association, qui couvre désormais l'ensemble de la Communauté de Valence et représente 17 entreprises, a franchi le cap des 1 200 travailleurs. C'est devenu le secteur qui crée le plus d'emplois dans la ville de Novelda et l'un des environnements les plus homogènes de la vallée de Vinalopó. Ceci montre la détermination et le goût du travail d'un tissu productif, profondément enraciné dans le centre de la province d'Alicante, qui se renouvelle et met sur le marché des produits de grande valeur ajoutée et à la portée de toutes les bourses.

Pour en savoir davantage, nous vous recommandons de visiter le nouveau site [www.aperecoin.es](http://www.aperecoin.es).

Nous sommes sûrs qu'après ces moments douloureux, nous avons un nouveau départ plein d'espoir.

*César Crespo réalise son activité professionnelle chez Azaconsa, SL, une entreprise associée à Aperecoin.*

## SAFRAN, GEWÜRZE UND INFUSIONEN

2020 war das Anfangsjahr der Pandemie, die alle Länder und Einwohner mehr oder weniger stark betroffen hat und weiterhin betrifft. Es war eine Herausforderung, der die Gesellschaft im Allgemeinen mit einem bürgerlichen und geordneten Verhalten begegnen konnte, indem sie die verschiedenen Maßnahmen respektierte, die von den Regierungen unter außergewöhnlichen Umständen ergriffen wurden; die enorme Anzahl von Fällen und der sehr ernste Verlust von Menschenleben, die in der Spitze der Infektionen starke Spannungen in den medizinischen Diensten verursacht haben, zusätzlich zu dem Alptraum des anfänglichen Mangels an Mitteln, um den Kranken zu helfen. Jeder von uns wird sich immer daran erinnern, wie er die Nachrichten der verschiedenen Fernsehsender und Krisenschränke verfolgte, wie er allein durch die langen Gänge der Supermärkte ging, wie er die Laufrichtung und die soziale Distanz respektierte, wie er Händedesinfektionsmittel benutzte, wie er automatisch mit Karten und Handys bezahlte, ganz zu schweigen von den obligatorischen Gesichtsmasken.

Auch die Unternehmen unserer Lebensmittelgilde mussten sich dieser Herausforderung stellen, sie haben sofort Maßnahmen ergriffen, um das Eindringen des Virus in die Anlagen zu verhindern, mit Hilfe und starkem Bewusstsein der Mitarbeiter der Unternehmen und der hohen Entschlossenheit ihrer Geschäftsleitung, um eine rechtzeitige und nachhaltige Versorgung mit den verschiedenen Produkten aufrechtzuerhalten, die seit Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts in der Stadt Novelda und jetzt auch in anderen nahe gelegenen Gemeinden hergestellt werden. Diese Zuverlässigkeit wurde nicht zufällig erreicht, sondern basiert auf bestehenden und gut entwickelten Produktions-, Qualitätssicherungs- und Know-how-Systemen, die durch harte Arbeit und Engagement über viele Jahre hinweg verbessert wurden. Das Ergebnis ist eine Produktpalette, die auf der Erfahrung mit Gewürzen, Würzmitteln, dem traditionellen Safran oder den erfrischenden Aufgüssen basiert.

Nach Angaben von Herrn Javier Navarro, Berater von Aperecoin, hat der Verband, der nun die gesamte Valencianische Gemeinschaft abdeckt und 17 Unternehmen vertritt, den Meilenstein erreicht, mehr als 1.200 Arbeiter zu beschäftigen. Es ist der Sektor geworden, der die meisten Arbeitsplätze in der Stadt Novelda bietet und einer der homogensten in der Umgebung des Vinalopó-Tals. Dies zeigt die Festigkeit und die Fähigkeit zu harter Arbeit eines Produktionsgefüges, das tief im Zentrum der Provinz Alicante verwurzelt ist und in der Lage ist, sich zu erneuern und Produkte mit hohem Mehrwert auf den Markt zu bringen, die für jeden Haushalt erschwinglich sind.

Besuchen Sie die neue Website und erfahren Sie mehr: [www.aperecoin.es](http://www.aperecoin.es)

Wir sind sicher, dass nach diesen schmerzhaften Zeiten ein Neuanfang voller Hoffnung bevorsteht.

*César Crespo, führt seine Berufsarbeit in Azaconsa GmbH aus, ein assoziiertes Unternehmen von Aperecoin.*



## CALZADO

### 2020: Un año marcado por la pandemia.

El sector del calzado se encuentra inmerso en un contexto de gran volatilidad y elevada competitividad, con una caída en las ventas provocada, principalmente, por la crisis generada por la Covid-19. España se caracteriza por una industria del calzado conformada por un gran número de pymes junto a empresas de mayor tamaño caracterizadas por un mayor grado de innovación y transformación digital.

El Índice de Producción Industrial (IPI) del sector calzado cerró el año 2020 con un descenso del 28,2%, la mayor de la serie histórica. Un dato muy similar al de la confección, que cayó un 26,5%, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Son los dos subsectores que lideran las caídas.

La industria italiana del calzado en 2020 confirma una caída de la producción del 25% en valor y 27% en pares, cifras similares a la industria española.

Tras el impacto inicial que la COVID-19 originó en los flujos comerciales, las exportaciones españolas de calzado fueron frenaron su caída a lo largo del año. En 2020 las exportaciones alcanzaron los 2.255,5 millones de €, con un descenso acumulado del 15,7%, retrocediendo a cifras de 2013. Un mal dato, pero mejor que el de las estimaciones iniciales en los primeros meses del confinamiento y similar al descenso de las exportaciones de calzado de nuestros competidores italianos (-14,7%) o portugueses (-16,3%). Descienden las exportaciones en todos los principales mercados del calzado español salvo Polonia, China, Turquía, Rusia, Suiza y Suecia.

El déficit comercial se reduce en un 35% ya que las importaciones han caído más que las exportaciones. Francia, Italia, Alemania y Portugal encabezan el listado de los principales destinos de las exportaciones.

La UE27 es el principal comprador de calzado español, representando el 74% del total de las exportaciones en volumen y el 67% en valor (1.518 millones de euros y 97,3 millones de pares). Estos datos presentan unos descensos del 13,5% en valor y del 14,3% en pares. La disminución de las ventas en todos nuestros socios europeos, salvo en Polonia, Suecia y Letonia, reduce las exportaciones a la UE. Las exportaciones caen menos en la Europa de los veintisiete que en terceros mercados.

Las exportaciones a destinos extracomunitarios ascienden a 737,6 millones de euros y 34,1 millones de pares, representando el 33% del total en valor y el 26% en volumen. Estos datos reflejan unos descensos del 20,1% en valor y 18,9% en volumen. Estados Unidos, nuestro primer destino extracomunitaria, presenta el descenso más significativo con una caída del 33%. Reino Unido, tras el Brexit, se sitúa como el segundo mercado más importante fuera de la UE con un descenso del 16,4%. Y China, tercer mercado exterior, las exportaciones aumentan un 2%.

El calzado en piel representa el 52,8% de las exportaciones totales en valor (1.191 millones de euros). Además, debido a la calidad de los materiales y el proceso de fabricación, que aporta gran valor añadido al producto final, los precios medios de exportación del calzado en piel son más elevados que en las otras categorías. El calzado en piel sufre más y desciende un 20,8% en valor y 20,7% en volumen. El calzado de mujer en piel es la categoría de producto más importante, ya que representa el 35% de la facturación exterior del sector calzado (788,5 millones de euros). Las exportaciones de calzado de señora en piel caen un 21% en valor y 20% en pares.

Las exportaciones totales de calzado de la Comunitat Valenciana alcanzaron los 916,4 millones de euros, representando el 40,5% de las exportaciones nacionales, con un descenso del 19,3%. Alicante representa el 96% de esas exportaciones (881,2 millones de euros).

## FOOTWEAR

### 2020: A year marked by the pandemic.

The footwear sector is immersed in a context of great volatility and high competitiveness, with a drop in sales caused mainly by the crisis generated by Covid-19. Spain is characterized by a footwear industry made up of a large number of SMEs together with larger companies characterized by a greater degree of innovation and digital transformation.

The Industrial Production Index (IPI) of the footwear sector closed 2020 with a decrease of 28.2%, the highest in the historical series. A data very similar to that of clothing, which fell by 26.5%, according to data from the National Institute of Statistics (INE). They are the two subsectors that lead the falls.

The Italian footwear industry in 2020 confirms a drop in production of 25% in value and 27% in pairs, similar figures to the Spanish industry.

After the initial impact that COVID-19 had on trade flows, Spanish footwear exports slowed their decline throughout the year. In 2020, exports reached € 2,255.5 million, with a cumulative decrease of 15.7%, going back to figures of 2013. A bad result, but better than the initial estimates during the first months of confinement and similar to decreases in footwear exports of our Italian (-14.7%) or Portuguese (-16.3%) competitors. Exports fell in all major Spanish footwear markets except Poland, China, Turkey, Russia, Switzerland and Sweden.

The trade deficit is reduced by 35% as imports have fallen more than exports. France, Italy, Germany and Portugal top the list of the main export destinations.

The EU27 is the main buyer of Spanish footwear, representing 74% of total exports in volume and 67% in value (1,518 million euros and 97.3 million pairs). The data show decreases of 13.5% in value and 14.3% in pairs, a decline in sales to all our European partners, except Poland, Sweden and Latvia. Exports fall less in the EU-27 than in other markets.

Exports to non-EU destinations amount to 737.6 million euros and 34.1 million pairs, representing 33% of the total in value and 26% in volume. These data reflect reductions of 20.1% in value and 18.9% in volume. The United States, our first non-EU destination, presented the most significant decrease with a 33% drop. The United Kingdom, after Brexit, is the second most important market outside the EU with a decrease of 16.4%. And to China, third foreign market, exports increased by 2%.

Leather footwear represents 52.8% of total exports in value (1,191 million euros). In addition, due to the quality of the materials and the manufacturing process, which provides great added value to the final product, the average export prices for leather footwear are higher than in the other categories. Leather footwear suffers more and drops 20.8% in value and 20.7% in volume. Women's leather footwear is the most important product category, since it represents 35% of the foreign turnover of the footwear sector (788.5 million euros). Exports of women's leather footwear fell 21% in value and 20% in pairs.

Total footwear exports from the Valencian Community reached 916.4 million euros, representing 40.5% of national exports, with a decrease of 19.3%. Alicante represents 96% of these exports (881.2 million euros).



## CHAUSSURES

### 2020: Une année marquée par la pandémie.

Le secteur de la chaussure est plongé dans un contexte de grande volatilité et de forte compétitivité, avec une baisse des ventes causée principalement par la crise générée du Covid-19. L'Espagne se caractérise par une industrie de la chaussure composée d'un grand nombre de PME ainsi que de grandes entreprises caractérisées par un plus grand degré d'innovation et de transformation digitale.

L'indice de la production industrielle (IPI) du secteur de la chaussure a clôturé 2020 avec une baisse de 28,2%, la plus élevée de la série historique. Une donnée très proche de celle de l'habillement, qui a reculé de 26,5%, selon les données de l'Institut national des statistiques (INE). Ce sont les deux sous-secteurs qui mènent les chutes.

L'industrie italienne de la chaussure en 2020 confirme une baisse de production de 25% en valeur et de 27% en paire, des chiffres similaires à l'industrie espagnole.

Après l'impact initial du COVID-19 sur les flux commerciaux, les exportations espagnoles de chaussures ont ralenti leur déclin tout au long de l'année. En 2020, les exportations ont atteint 2255,5 millions d'euros, avec une baisse cumulée de 15,7%, remontant aux chiffres de 2013. Un mauvais chiffre, mais meilleur que les estimations initiales dans les premiers mois de confinement et similaire à une baisse des exportations de chaussures de notre compétiteur italien (-14,7%) ou portugais (-16,3%). Les exportations diminuent sur tous les principaux marchés espagnols de la chaussure à l'exception de la Pologne, la Chine, la Turquie, la Russie, la Suisse et la Suède.

Le déficit commercial est réduit de 35% car les importations ont diminué davantage que les exportations. La France, l'Italie, l'Allemagne et le Portugal sont à la tête de la liste des principales destinations des exportations.

L'UE27 est le principal acheteur de chaussures espagnoles, représentant 74% des exportations totales en volume et 67% en valeur (1.518 millions d'euros et 97,3 millions de paires). Ces données montrent des diminutions de 13,5% en valeur et de 14,3% par paires. La baisse des ventes chez tous nos partenaires européens, à l'exception de la Pologne, de la Suède et de la Lettonie, réduit les exportations vers l'UE. Les exportations baissent moins dans l'Europe des 27 que sur le reste des marchés.

Les exportations vers des destinations hors l'UE s'élèvent à 737,6 millions d'euros et 34,1 millions de paires, soit 33% du total en valeur et 26% en volume. Ces données reflètent des baisses de 20,1% en valeur et de 18,9% en volume. Les États-Unis, notre première destination hors l'UE, ont présenté la baisse la plus significative avec une chute de 33%. Le Royaume-Uni, après le Brexit, est le deuxième marché le plus important en dehors de l'UE avec une baisse de 16,4%. Et en Chine, troisième marché extérieur, les exportations ont augmenté à peine de 2%.

La chaussure en cuir représente 52,8% des exportations totales en valeur (1.191 millions d'euros). De plus, en raison de la qualité des matériaux et du processus de fabrication, qui apporte une grande valeur ajoutée au produit final, les prix moyens à l'exportation des chaussures en cuir sont plus élevés que dans les autres catégories. La chaussure en cuir souffre davantage et diminue de 20,8% en valeur et de 20,7% en volume. Les chaussures en cuir pour femmes constituent la catégorie la plus importante puisqu'elles représentent 35% du chiffre d'affaires à l'étranger du secteur de la chaussure (788,5 millions d'euros). Les exportations de chaussures en cuir pour femmes ont baissé de 21% en valeur et de 20% en paires.

Les exportations totales de chaussures de la Communauté valencienne ont atteint 916,4 millions d'euros, soit 40,5% des exportations nationales, avec une baisse de 19,3%. Alicante représente 96% de ces exportations (881,2 millions d'euros).

Sources: *Fédération des Industries de la Chaussure Espagnole (FICE),  
Association de Fabricants de Chaussures de Valencia (AVECAL),  
Association des Industriels de la Chaussure de Elche (AICE).*

## FUSSBEKLEIDUNG

### 2020: Ein von der Pandemie geprägtes Jahr.

Der Schuhsektor befindet sich in einem Kontext großer Volatilität und hoher Wettbewerbsfähigkeit, wobei ein Umsatzrückgang hauptsächlich durch die von Covid-19 verursachte Krise verursacht wird. Spanien zeichnet sich durch eine Schuhindustrie aus, die sich aus einer großen Anzahl von KMU zusammen mit größeren Unternehmen zusammensetzt, die sich durch ein höheres Maß an Innovation und digitaler Transformation auszeichnen.

Der Industrial Production Index (IPI) des Schuhsektors schloss 2020 mit einem Rückgang von 28,2%, dem höchsten Wert in der historischen Reihe. Daten, die denen von Kleidung sehr ähnlich sind und nach Angaben des Nationalen Instituts für Statistik (INE) um 26,5% zurückgingen. Sie sind die beiden Teilsektoren, die die Fälle führen.

Die italienische Schuhindustrie im Jahr 2020 bestätigt einen Produktionsrückgang von 25% im Wert und 27% im Paar, ähnlich wie in der spanischen Industrie.

Nach den anfänglichen Auswirkungen von COVID-19 auf die Handelsströme verlangsamten die spanischen Schuhexporte ihren Rückgang im Laufe des Jahres. Im Jahr 2020 erreichten die Exporte 2.255,5 Mio. EUR, mit einem kumulierten Rückgang von 15,7%, der auf die Zahlen von 2013 zurückgeht. Eine schlechte Zahl, aber besser als die ursprünglichen Schätzungen in den ersten Monaten der Haft und ähnlich wie der Rückgang der Schuhexporte aus Italienische oder Portugiesische (-16,3%) Wettbewerber. Die Exporte sind in allen wichtigen spanischen Schuhmärkten mit Ausnahme von Polen, China, der Türkei, Russland, der Schweiz und Schweden rückläufig.

Das Handelsbilanzdefizit wird um 35% reduziert, da die Importe stärker gesunken sind als die Exporte. Frankreich, Italien, Deutschland und Portugal führen die Liste der wichtigsten Exportziele an.

Die EU27 ist der Hauptabnehmer von spanischem Schuhwerk und macht 74% des gesamten Exportvolumens und 67% des Wertes aus (1.518 Millionen Euro und 97,3 Millionen Paare). Diese Daten zeigen Wertminderungen von 13,5% und paarweise von 14,3%. Rückläufige Umsätze bei allen unseren europäischen Partnern mit Ausnahme von Polen, Schweden und Lettland verringern die Exporte in die EU. Die Exporte fallen in Europa mit 27 weniger als in Drittmärkten.

Die Exporte in Nicht-EU-Bestimmungsorte belaufen sich auf 737,6 Millionen Euro und 34,1 Millionen Paare, was 33% des Gesamtwertes und 26% des Volumens entspricht. Diese Daten spiegeln Wertminderungen von 20,1% und Volumenrückgänge von 18,9% wider. Die Vereinigten Staaten, unser erstes Nicht-EU-Reiseziel, verzeichneten mit einem Rückgang von 33% den größten Rückgang. Das Vereinigte Königreich ist nach dem Brexit mit einem Rückgang von 16,4% der zweitwichtigste Markt außerhalb der EU. Und China, der dritte Auslandsmarkt, verzeichnete einen Exportanstieg von 2%.

Lederschuhe machen 52,8% der gesamten Exporte aus (1.191 Millionen Euro). Aufgrund der Qualität der Materialien und des Herstellungsprozesses, der einen großen Mehrwert für das Endprodukt bietet, sind die durchschnittlichen Exportpreise für Lederschuhe höher als in den anderen Kategorien. Lederschuhe leiden mehr und verlieren 20,8% an Wert und 20,7% an Volumen. Lederschuhe für Frauen sind die wichtigste Produktkategorie, da sie 35% des Auslandsumsatzes des Schuhsektors ausmachen (788,5 Millionen Euro). Die Exporte von Lederschuhen für Frauen gingen um 21% und paarweise um 20% zurück.

Die gesamten Schuhexporte aus der Valencianischen Gemeinschaft erreichten 916,4 Millionen Euro, was 40,5% der nationalen Exporte entspricht, mit einem Rückgang von 19,3%. Alicante macht 96% dieser Exporte aus (881,2 Millionen Euro).

Quellen: *Verband Spanischer Schuhfabrikanten (FICE),  
Industrie-Verband der Schuhfabrikanten von Valencia (AVECAL),  
Industrieverband der Schuhfabrikanten von Elche (AICE).*



Footwear  
Components  
From Spain

## COMPONENTES PARA EL CALZADO

## FOOTWEAR COMPONENTS

### Un año difícil para el sector de los componentes para el calzado.

### A difficult year for the sector of footwear components.

Desde el mes de enero del 2020, todos los sectores industriales y comerciales de nuestro país nos hemos visto gravemente afectados por el impacto de la pandemia; pero el sector de la moda y más concretamente el del calzado y los componentes para el calzado y la marroquinería, se ha visto gravemente perjudicado por el cierre del comercio y la caída del consumo a nivel nacional e internacional. Esta situación, que ha conllevado una gran pérdida operativa, productiva y comercial, ha puesto en riesgo nuestra capacidad competitiva a lo largo de toda la cadena de valor.

Los problemas que nos ha generado esta grave situación han conllevado un deterioro de nuestra industria, una pérdida de oportunidades comerciales y una destrucción del empleo, que habida cuenta será insustituible.

Nuestro sector, constituye un pilar imprescindible en el conjunto del sector de la moda española, teniendo en cuenta que estamos hablando de la industria auxiliar que invierte, financia, investiga, desarrolla, fabrica y comercializa todos los materiales y productos semielaborados que contribuyen a que el sector de la moda nacional e internacional disponga cada temporada de los productos y servicios industriales necesarios para fabricar y comercializar el calzado y los artículos de marroquinería entre otros. Debido al impacto que el CORONAVIRUS ha generado en nuestra industria y teniendo en cuenta que el momento en el que se ha producido ha conllevado el cierre a nivel internacional de la industria de proveeduría de materias primas, nuestras empresas de fabricación de Textiles, Curtiduría, industria química, del caucho y del plástico, de la madera, del corcho, del metal, artes gráficas, papel y envases entre otras, han visto paralizada su actividad comercial al encontrarse con grandes dificultades para poder mantener su actividad productiva. Adicionalmente, el confinamiento por el estado de alarma, ha conllevado la caída del consumo y por consiguiente, el cierre de los módulos de producción de las fábricas de calzado, lo cual ha generado una parálisis absoluta de la industria auxiliar en su totalidad, llegando a poner en situación de riesgo dentro del sector 4 temporadas que representan la facturación para el sector de la moda de 2 años completos, el 2020 y el 2021, dado que sus 4 temporadas han sido las que se ven afectadas por el momento. Los consumidores retrajeron el consumo y generando una caída de los ingresos superiores al 40% y hasta el 70% en algunos casos.

LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE COMPONENTES Y MAQUINARIA PARA EL CALZADO y LA MARROQUINERÍA, aglutina a un gran número de empresas asociadas procedentes de todo el territorio nacional, fabricantes y comercializadoras de materiales diversos: pieles, tejidos, hormas, tacones, suelas, adornos, fornituras, maquinaria, productos químicos, envases y otros muchos, que bajo la marca Footwear Components From Spain se les reconoce en todo el mundo por su alto valor, diseño y calidad.

El sector de los componentes para el calzado, que representa a más de 2.000 empresas, en su mayoría pymes y micro pymes, y a cerca de 21.000 trabajadores directos e indirectos, ha sido fuertemente castigado por la pandemia, ya que a lo largo del año 2020 el sector registró caídas del 43,5% del IPI Índice de Producción Industrial, con un descenso del 30% sobre el total de las personas que trabajaban en nuestro sector. Las exportaciones de nuestro sector alcanzaron en el año 2019 los 1.417 millones de euros, siendo considerados como uno de los sectores tractoros dentro del sector de la moda. Pero la pandemia ha hecho mella en nuestro sector, registrando una pérdida de más del 35% de nuestro volumen de negocio retrocediendo a cifras del año 2012.

Dada la capacidad innovadora de nuestro sector, y atendiendo a las continuas crisis por las que nos hemos visto afectados a lo largo de toda nuestra historia el sector ha sabido reinventarse continuamente, invirtiendo en innovación, investigación y desarrollo, en la apertura de nuevos mercados y diversificando hacia nuevas líneas de negocio mucho más rentables. Pero el momento actual, no tiene precedentes.

Since January 2020, all industrial and commercial sectors in our country have been severely affected by the impact of the pandemic, but the fashion sector, and specifically the footwear, footwear components and leather goods sector, has been seriously affected by the closure of trade and the decline in consumption at national and international level. This situation, which has led to a great operational, productive and commercial loss, has jeopardized our competitive capacity along the entire value chain.

The problems that this serious situation has caused us have led to a deterioration of our industry, a loss of business opportunities and a destruction of irreplaceable jobs.

Our sector is an essential pillar of the entire Spanish fashion sector, considering that we are talking about the auxiliary industry that invests, finances, researches, develops, manufactures and markets all the materials and semi-finished products that contribute to providing the national and international fashion sector with the necessary industrial products and services each season to manufacture and market footwear and leather goods, among others. The impact that CORONAVIRUS has generated in the world has caused the international closure of the raw material supply industry, which in turn has caused our textile, tannery, chemical, rubber, plastic, wood, cork, metal, graphic arts, paper and packaging manufacturing companies, among others, to see their commercial activity paralyzed as they have encountered great difficulties in maintaining their productive activity. In addition, the confinement due to the state of emergency has led to a decrease in consumption and consequently, the closure of production modules in footwear factories, which has generated an absolute paralysis of the auxiliary industry as a whole and has endangered 4 seasons, which represent the turnover of the fashion sector for 2 full years, 2020 and 2021, given that 4 seasons have been affected for the moment. Consumers have reduced their consumption and generated a drop in income of over 40% and up to 70% in some cases.

The SPANISH ASSOCIATION OF COMPONENTS AND MACHINERY FOR FOOTWEAR AND LEATHER GOODS COMPANIES brings together a large number of associated companies from all the country, manufacturers and marketers of various materials: leather, fabrics, lasts, heels, soles, garnishings, trimmings, machinery, chemicals, packaging and many others, which under the brand Footwear Components From Spain are recognized worldwide for their high value, design and quality.

The footwear components sector, which represents more than 2,000 companies, mostly SMEs and micro SMEs, and about 21,000 direct and indirect workers, has been heavily hit by the pandemic, since throughout 2020 the sector recorded falls of 43.5% in the IPI Industrial Production Index, with a decrease of 30% over the total number of people working in our sector. Exports of our sector, considered one of the driving sectors within the fashion industry, reached 1,417 million euros in 2019. But the pandemic has taken its toll on our sector, which has seen a loss of more than 35% of our revenue, down to 2012 levels.

Given our sector's capacity for innovation and in response to the constant crises we have experienced throughout our history, the sector has been able to constantly reinvent itself, investing in innovation, research and development, opening up new markets and diversifying into new and much more profitable lines of business. But the current moment is unprecedented.

Source: Association of Spanish Shoe Component Manufacturers (AEC).



Footwear  
Components  
From Spain



## COMPOSANTES POUR CHAUSSURES

**Une année difficile pour le secteur des composants de chaussures.**

Depuis janvier 2020, tous les secteurs industriels et commerciaux de notre pays ont été gravement touchés par l'impact de la pandémie, mais le secteur de la mode, et plus particulièrement celui des chaussures, composants de chaussures et maroquinerie, a été sérieusement affecté par la fermeture des échanges et la baisse de la consommation au niveau national et international. Cette situation, qui a conduit à une grande perte opérationnelle, productive et commerciale, a mis en péril notre capacité concurrentielle tout au long de la chaîne de valeur.

Les problèmes que cette grave situation nous a causés ont conduit à une détérioration de notre industrie, à une perte d'opportunités commerciales et à une destruction d'emplois qui seront irréversibles.

Notre secteur est un pilier essentiel de l'ensemble du secteur espagnol de la mode, compte tenu du fait que nous parlons de l'industrie auxiliaire qui investit, finance, recherche, développe, fabrique et commercialise tous les matériaux et produits semi-finis qui contribuent à ce que le secteur national et international de la mode dispose chaque saison des produits et services industriels nécessaires à la fabrication et à la commercialisation des chaussures et d'articles de maroquinerie, entre autres. L'impact que le CORONAVIRUS a généré dans le monde a provoqué la fermeture internationale de l'industrie d'approvisionnement en matières premières, ce qui à son tour, a fait que nos entreprises de fabrication de textile, tannerie, industrie chimique, du caoutchouc, du plastique, du bois, du liège, du métal, arts graphiques, papier et emballage, entre autres, ont vu leur activité commerciale paralysée car elles ont trouvé de grandes difficultés à maintenir leur activité productive. En outre, le confinement dû à l'état d'urgence a entraîné une baisse de la consommation et, par conséquent, la fermeture des modules de production dans les usines de chaussures, ce qui a généré une paralysie absolue de l'industrie auxiliaire dans son ensemble et a mis en danger 4 saisons, ce qui représente le chiffre d'affaires du secteur de la mode pour 2 années complètes, 2020 et 2021, étant donné que ce sont ses 4 saisons qui ont été touchées pour l'instant. Les consommateurs ont réduit leur consommation et généré une baisse de revenu de plus de 40% et jusqu'à 70% dans certains cas.

L'ASSOCIATION ESPAGNOLE D'ENTREPRISES DE COMPOSANTS ET MACHINERIE POUR LES CHAUSSURES ET LE CUIR regroupe un grand nombre d'entreprises associées de tout le pays, qui fabriquent et commercialisent divers matériaux : cuir, tissus, formes, talons, semelles, parures, garnitures, machines, produits chimiques, emballages et bien d'autres, qui sous la marque Footwear Components From Spain, sont reconnues dans le monde entier pour leur grande valeur, leur design et leur qualité.

Le secteur des composants de chaussures, qui représente plus de 2 000 entreprises, principalement des PME et des micro-PME et environ 21 000 travailleurs directs et indirects, a été durement touché par la pandémie, puisque tout au long de l'année 2020 le secteur a enregistré des baisses de 43,5 % de l'indice IPI de la production industrielle, avec une diminution de 30 % du nombre total de personnes travaillant dans notre secteur. Les exportations de notre secteur, considéré comme l'un des secteurs moteurs du secteur de la mode, ont atteint 1 417 millions d'euros en 2019. Mais la pandémie a fait des ravages dans notre secteur, qui a enregistré une perte de plus de 35 % de notre chiffre d'affaires, reculant au niveau de celui de 2012.

Compte tenu de la capacité d'innovation de notre secteur et en réponse aux crises incessantes que nous avons connues tout au long de notre histoire, le secteur a été capable de se réinventer en permanence, en investissant dans l'innovation, la recherche et le développement, dans l'ouverture de nouveaux marchés et en se diversifiant dans de nouvelles lignes d'activité beaucoup plus rentables. Mais le moment actuel est sans précédent.

Source: Association Espagnole d'Entreprises de Composantes pour Chaussures (AEC).

## ZUBEHÖR FÜR FUSSBEKLEIDUNG

**Ein schwieriges Jahr für den Bereich der Komponenten für Schuhe.**

Seit Januar 2020 sind alle Industrie- und Handelssektoren unseres Landes von den Auswirkungen der Pandemie stark betroffen. Die Modebranche und insbesondere die von Schuhen und Komponenten für Schuhe und Lederwaren sind jedoch stark von der Schließung des Handels und dem Rückgang des Verbrauchs auf nationaler und internationaler Ebene betroffen. Diese Situation, die zu einem großen operativen, produktiven und kommerziellen Verlust geführt hat, hat unsere Wettbewerbsfähigkeit über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg gefährdet.

Die Probleme, die uns diese ernste Situation verursacht hat, haben zu einer Verschlechterung unserer Branche, einem Verlust von Geschäftsmöglichkeiten und einer Zerstörung von Arbeitsplätzen geführt, was angesichts dessen unersetzlich sein wird.

Unser Sektor ist eine wesentliche Säule im gesamten spanischen Modesektor, wenn man bedenkt, dass es sich um die Hilfsindustrie handelt, die alle Materialien und Halbfabrikate investiert, finanziert, untersucht, entwickelt, herstellt und vermarktet, die zum nationalen und zum nationalen Markt beitragen. Die internationale Modebranche bietet zu jeder Jahreszeit die Industrieprodukte und -dienstleistungen an, die unter anderem für die Herstellung und Vermarktung von Schuhen und Lederwaren erforderlich sind. Aufgrund der Auswirkungen, die der CORONAVIRUS auf unsere Branche hat, und unter Berücksichtigung der Tatsache, dass der Moment, in dem er eingetreten ist, auf internationaler Ebene zur Schließung der Rohstoffversorgungsindustrie geführt hat, haben unsere Textilhersteller, Gerbereien, Industriechemie, Gummi und Kunststoff, Holz, Kork, Metall, Grafik, Papier und Verpackungen waren unter anderem aufgrund der großen Schwierigkeiten bei der Aufrechterhaltung ihrer produktiven Tätigkeit gelähmt. Darüber hinaus hat die Beschränkung aufgrund des Alarmzustands zu einem Rückgang des Verbrauchs und folglich zur Schließung der Produktionsmodule der Schuhfabriken geführt, was zu einer absoluten Lähmung der gesamten Hilfsindustrie geführt hat und zu einer Gefährdung geführt hat der Sektor 4 Jahreszeiten, die den Umsatz für den Modesektor für 2 volle Jahre, 2020 und 2021, darstellen, da seine 4 Jahreszeiten diejenigen sind, die im Moment betroffen sind. Die Konsumentinnen und Konsumenten reduzierten den Konsum und führten zu Einkommensverlusten von mehr als 40 % und teilweise bis zu 70 %.

Die SPANISCHE VEREINIGUNG VON KOMPONENTEN UND MASCHINEN FÜR SCHUHE UND LEDER bringt eine große Anzahl verbundener Unternehmen aus dem gesamten Staatsgebiet zusammen, Hersteller und Vermarkter verschiedener Materialien: Leder, Stoffe, Leisten, Absätze, Sohlen, Ornamente, Fundstücke, Maschinen, chemische Produkte, Behälter und viele andere, die unter der Marke Footwear Components From Spain weltweit für ihren hohen Wert, ihr Design und ihre Qualität bekannt sind.

Der Sektor der Schuhkomponenten, in dem mehr als 2.000 Unternehmen, hauptsächlich KMU und Kleinunternehmen, sowie etwa 21.000 direkte und indirekte Arbeitnehmer vertreten sind, ist stark von der Pandemie betroffen, da der Sektor im gesamten Jahr 2020 einen Rückgang des IPI-Index für die industrielle Produktion um 43,5% verzeichnete mit einem Rückgang von 30% gegenüber der Gesamtzahl der in unserer Branche Beschäftigten. Die Exporte aus unserem Sektor erreichten 2019 1.417 Millionen Euro und gelten als einer der führenden Sektoren im Modesektor. Die Pandemie hat unseren Sektor jedoch stark belastet und einen Verlust von mehr als 35% unseres Geschäftsvolumens verzeichnet, der auf die Zahlen von 2012 zurückgeht.

Angesichts der Innovationsfähigkeit unseres Sektors und als Reaktion auf die anhaltenden Krisen, von denen wir im Laufe unserer Geschichte betroffen waren, konnte sich der Sektor kontinuierlich neu erfinden und in Innovation, Forschung und Entwicklung, in die Erschließung neuer Märkte und Investitionen investieren Diversifizierung in neue, viel profitablere Geschäftsbereiche. Aber der aktuelle Moment ist beispiellos.

Quelle: Spanischer Verband der Komponentenhersteller für die Fussbekleidungsindustrie (AEC).





## JUGUETE

### El juguete en el confinamiento.

2020 ha sido especial. Hemos atravesado un periodo de confinamiento de la población y un cierre total del comercio físico que han marcado el comercio exterior no sólo del sector del juguete sino del mundo en general.

Las exportaciones han salvado el año, demostrando la vocación exterior del sector, y es que, si en algunos meses caían del orden de dos cifras, han terminado el año en apenas un 1% de crecimiento, pequeño valor en términos absolutos, tremendo logro en términos relativos.

El origen de las exportaciones en 2020 nos ha dejado cifras sorprendentes, cifras de récord en las dos caras de la moneda. Madrid ha pasado en un año de ocupar el tercer puesto en volumen de exportaciones a liderar el ranking, con un espectacular crecimiento. En 2020 las empresas radicadas en la comunidad de Madrid exportaron juguetes por valor de más de 230 millones de euros, un 36% más que en 2019. Cataluña por su parte exportó 207 millones de euros en 2020, que le sitúan en segundo lugar, pero esta cifra fue un -14% menor que en 2019. No es una buena cifra, pero si tenemos en cuenta que en el mes de mayo la caída era del -25%, la cifra final de este complejo año da buena cuenta de los esfuerzos de las empresas catalanas en materia de exportación.

La Comunidad Valenciana es el tercer territorio español por volumen de exportaciones. En 2020 exportó 156 millones de euros lo que supone un -7% menos. Es reseñable la recuperación de las exportaciones en esta comunidad, que caía un -17% en el mes de mayo.

En cuanto a los mercados destino de nuestras exportaciones, este ha sido también un año de sorpresas. Francia se sitúa como principal destino y acaparan 151 millones de euros y un crecimiento del 7% con respecto a 2019. Le sigue Portugal, que en 2020 recibió juguetes por un valor de 113 millones de euros, lo que supone un -23% respecto a 2019. Italia mantiene el tercer puesto, aunque con un difícil año que ha dejado una cifra de 78 millones de euros que suponen un -8%.

Alemania y Reino Unido han sido los dos territorios que han experimentado un mayor crecimiento en este 2020. Alemania recibía juguetes españoles por valor de 77 millones de euros, un 31% más que en 2019. Por su parte, Reino Unido ha acaparado 63 millones de euros en juguetes y un espectacular 66% más que en 2019 motivado por la proximidad de la efectividad de las medidas del Brexit.

Otro dato que no podemos dejar de nombrar es el relativo a las importaciones, y es que de enero a diciembre de 2020 las importaciones de juguetes cayeron un -18%, dejando una cifra global de 1015 millones de euros, 224 millones menos que en 2019, un desplome histórico, destacando, como no podía ser de otra forma, las importaciones desde China, cuya contracción fue del -25%.

La Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ), fundada en 1967, es la única organización que agrupa a las empresas del sector y es entidad colaboradora desde el año 89 de la Secretaría de Estado de Comercio, del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, reconocida como Agrupación Nacional de Exportadores. Su finalidad es el apoyo a las industrias en un amplio abanico de servicios, entre los que cabe destacar los referentes a promoción, relaciones con la Administración Pública, asociaciones de consumidores, organizaciones sectoriales internacionales, normativa de seguridad, legislación, marketing e imagen del juguete español, ferias, exposiciones y misiones comerciales y defensa de los intereses generales de la industria juguetera española. Para más información, no duden en consultar tanto el portal sectorial [www.toysfromspain.com](http://www.toysfromspain.com) como [www.aefj.es](http://www.aefj.es), donde podrán conocer las principales novedades relativas al juguete español.

Fuente: Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ).

## TOYS

### Toy in confinement.

2020 has been special. We have gone through a period of population confinement and a total closure of physical commerce that have marked foreign trade not only in the toy sector but in the world in general.

Exports have saved the year, showing the foreign vocation of the sector, and the fact is that while during some months they diminished in double digits, they ended the year with a 1% growth, a small value in absolute terms but a tremendous achievement in relative terms.

The origin of exports in 2020 has left us surprising figures, record figures show the two sides of the coin. Madrid has gone in one year from occupying the third place in volume of exports to leading the ranking, with spectacular growth. In 2020, companies based in the community of Madrid exported toys worth more than 230 million euros, 36% more than in 2019. Catalonia for its part exported 207 million euros in 2020, which places it in second place, but this result was 14% lower than in 2019. It is not a good figure, but if we take into account that in May the fall reached 25%, the final figure for this complex year gives a good account of the efforts of Catalan companies in terms of export.

The Valencian Community is the third Spanish territory by volume of exports. In 2020, it exported 156 million euros, which is 7% less. The recovery of exports in this community is noteworthy, since in May they fell by 17%.

Regarding the destination markets of our exports, this has also been a year of surprises. France is the main destination and accounts for 151 million euros and a growth of 7% compared to 2019. It is followed by Portugal, which in 2020 received toys worth 113 million euros, which is -23% compared to 2019. Italy maintains third place, although with a difficult year that has left a figure of 78 million euros that represents -8%.

Germany and the United Kingdom have been the two countries that have experienced the greatest growth in 2020. Germany received Spanish toys worth 77 million euros, 31% more than in 2019. For its part, the United Kingdom has absorbed 63 million euros in toys, a spectacular 66% more than in 2019 caused by the proximity of the implementation of Brexit measures.

Another fact we cannot fail to mention is related to imports, and that is that from January to December 2020, toy imports fell by 18%, leaving a global figure of 1015 million euros, 224 million less than in 2019, a historical collapse, highlighting naturally imports from China, whose contraction reached 25%.

The Spanish Association of Toy Manufacturers (AEFJ), founded in 1967, is the only organization that brings together companies of the sector and has been a collaborating entity since 89 of the Secretary of State for Commerce, the Ministry of Industry, Commerce and Tourism, recognized as a National Association of Exporters. Its purpose is to support industries in a wide range of services, among which are those related to promotion, relations with the Public Administration, consumer associations, international sector organizations, safety regulations, legislation, marketing and image of Spanish toys, trade fairs, exhibitions and commercial missions and defense of the general interests of the Spanish toy industry. For more information, do not hesitate to consult both the sector portal [www.toysfromspain.com](http://www.toysfromspain.com) and [www.aefj.es](http://www.aefj.es), where you will be able to find out the main news regarding spanish toys.

Source: Spanish Association of Toy Manufacturers (AEFJ).

## JOUETS

### Le jouet en confinement.

2020 a été spécial. Nous avons traversé une période de confinement de la population et une fermeture totale du commerce physique qui ont marqué le commerce extérieur non seulement dans le secteur du jouet mais dans le monde en général.

Les exportations ont sauvé l'année, ce qui montre la vocation extérieure du secteur. Si certains mois les exportations ont baissé de deux chiffres, elles ont terminé l'année avec une croissance d'à peine 1%, une petite montée en valeur absolue, mais une réussite formidable en termes relatifs.

L'origine des exportations en 2020 nous a laissé des chiffres surprenants, des résultats records qui se révèlent être les deux faces de la même médaille. Madrid est passée en un an de la troisième place en volume d'exportations à la tête du classement, avec une croissance spectaculaire. En 2020, les entreprises basées dans la communauté de Madrid ont exporté des jouets d'une valeur de plus de 230 millions d'euros, 36% de plus qu'en 2019. La Catalogne a pour sa part exporté 207 millions d'euros en 2020, ce qui la place à la deuxième place, mais avec une diminution de 14% par rapport à 2019. Ce n'est pas un bon chiffre, mais si l'on tient compte du fait qu'au mois de mai la baisse était de 25%, le chiffre final pour cette année complexe rend bien compte des efforts des entreprises catalanes en termes d'exportation.

La Communauté valencienne est le troisième territoire espagnol en volume d'exportations. En 2020, elle a exporté 156 millions d'euros, soit une chute de 7%. La reprise des exportations dans cette communauté est à noter, car la chute était de 17% au mois de mai.

En ce qui concerne les marchés de destination de nos exportations, cela a également été une année de surprises. La France est la principale destination et représente 151 millions d'euros et une croissance de 7% par rapport à 2019. Elle est suivie par le Portugal qui a reçu en 2020 des jouets pour une valeur de 113 millions d'euros, soit un recul de 23% par rapport à 2019. L'Italie conserve la troisième place, bien qu'avec une année difficile où elle a affiché 78 millions d'euros, ce qui représente -8%.

L'Allemagne et le Royaume-Uni ont été les deux territoires qui ont connu la plus forte croissance en 2020. L'Allemagne a reçu des jouets espagnols d'une valeur de 77 millions d'euros, 31% de plus qu'en 2019. De son côté, le Royaume-Uni a enregistré 63 millions d'euros en jouets avec un spectaculaire 66% de plus qu'en 2019 en raison de la proximité de l'application des mesures du Brexit.

Une autre donnée que nous ne pouvons manquer de mentionner est celle liée aux importations, à savoir que de janvier à décembre 2020 les importations de jouets ont chuté de 18%, laissant un chiffre global de 1015 millions d'euros, 224 millions de moins qu'en 2019, un effondrement historique qui met en évidence naturellement les importations en provenance de la Chine, dont la contraction a été de 25%.

L'Association Espagnole de Fabricants de Jouets (AEFJ), fondée en 1967, est la seule organisation qui rassemble les entreprises du secteur et collabore depuis 1989 avec le Secrétariat d'État de Commerce, le Ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme, reconnue comme l'Association Nationale des Exportateurs. Son objectif est de soutenir les industries sur un large éventail de services, y compris ceux liés à la promotion, aux relations avec l'administration publique, les associations de consommateurs, les organisations internationales du secteur, aux réglementations de sécurité, à la législation, au marketing et à l'image du jouet espagnol, foires, expositions, missions commerciales et la défense des intérêts généraux de l'industrie espagnole du jouet. Pour plus d'informations, n'hésitez pas à consulter à la fois le portail du secteur [www.toysfromspain.com](http://www.toysfromspain.com) et [www.aefj.es](http://www.aefj.es), où vous pourrez découvrir les principales nouveautés concernant les jouets espagnols.

Source : Association Espagnole de Fabricants de Jouets (AEFJ).

## SPIELWAREN

### Das Spielzeug in Haft

2020 war etwas Besonderes. Wir haben eine Zeit der Bevölkerungsbeschränkung und der vollständigen Schließung des physischen Handels durchgemacht, die den Außenhandel nicht nur im Spielzeugsektor, sondern in der Welt im Allgemeinen geprägt haben.

Die Exporte haben das Jahr gerettet, was die Auslandsberufung des Sektors zeigt, und das heißt, wenn sie in einigen Monaten in der Größenordnung von zwei Ziffern fielen, haben sie das Jahr mit nur 1% Wachstum beendet, ein absoluter kleiner Wert. relativ gesehen eine enorme Leistung.

Die Herkunft der Exporte im Jahr 2020 hat uns überraschende Zahlen hinterlassen, Rekordzahlen auf beiden Seiten der Medaille. Madrid hat sich in einem Jahr vom dritten Platz im Exportvolumen zum führenden Unternehmen mit spektakulärem Wachstum entwickelt. Im Jahr 2020 exportierten Unternehmen mit Sitz in Madrid Spielzeug im Wert von mehr als 230 Millionen Euro, 36% mehr als im Jahr 2019. Katalonien exportierte seinerseits im Jahr 2020 207 Millionen Euro, womit es an zweiter Stelle steht, aber diese Zahl war 14% niedriger als im Jahr 2019. Es ist keine gute Zahl, aber wenn wir das im Monat Mai berücksichtigen Der Rückgang betrug -25%. Die endgültige Zahl für dieses komplexe Jahr gibt einen guten Überblick über die Exportbemühungen der katalanischen Unternehmen.

Die valencianische Gemeinschaft ist nach Exportvolumen das dritte spanische Territorium. Im Jahr 2020 wurden 156 Millionen Euro exportiert, was 7% weniger ist. Bemerkenswert ist die Erholung der Exporte in dieser Gemeinde, die im Mai um 17% zurückging.

Auch in Bezug auf die Zielmärkte für unsere Exporte war dies ein Jahr voller Überraschungen. Frankreich ist das Hauptziel und macht 151 Millionen Euro und ein Wachstum von 7% gegenüber 2019 aus. Es folgt Portugal, das 2020 Spielzeug im Wert von 113 Millionen Euro erhielt, was -23% gegenüber 2019 entspricht. Italien hält den dritten Platz, obwohl mit einem schwierigen Jahr, das eine Zahl von 78 Millionen Euro hinterlassen hat, was -8% entspricht.

Deutschland und das Vereinigte Königreich waren die beiden Gebiete mit dem höchsten Wachstum im Jahr 2020. Deutschland erhielt spanisches Spielzeug im Wert von 77 Millionen Euro, 31% mehr als im Jahr 2019. Das Vereinigte Königreich hat seinerseits 63 Millionen Euro monopolisiert Spielzeug und spektakuläre 66% mehr als 2019, motiviert durch die Nähe der Wirksamkeit der Brexit-Maßnahmen.

Weitere Daten, die wir nicht außer Acht lassen dürfen, beziehen sich auf Importe. Von Januar bis Dezember 2020 gingen die Spielzeugimporte um 18% zurück, so dass weltweit 1015 Millionen Euro übrig blieben, 224 Millionen weniger als im Jahr 2019, ein historischer Wert Zusammenbruch, Hervorhebung, wie könnte es anders sein, aus Importe aus China, deren Kontraktion 25% betrug.

Der 1967 gegründete spanische Verband der Spielzeughersteller (AEFJ) ist die einzige Organisation, die die Unternehmen der Branche zusammenbringt. Seit 89 ist er eine kooperierende Einheit des Staatssekretärs für Handel, des Ministeriums für Industrie, Handel und Tourismus. anerkannt als Nationaler Verband der Exporteure. Ziel ist es, die Industrie bei einer Vielzahl von Dienstleistungen zu unterstützen, einschließlich Werbung, Beziehungen zur öffentlichen Verwaltung, Verbraucherverbänden, Organisationen des internationalen Sektors, Sicherheitsbestimmungen, Gesetzgebung, Vermarktung und Image des spanischen Spielzeugs, Messen, Ausstellungen und Missionen und Verteidigung der allgemeinen Interessen der spanischen Spielwarenindustrie. Weitere Informationen erhalten Sie auf dem Branchenportal [www.toysfromspain.com](http://www.toysfromspain.com) und auf [www.aefj.es](http://www.aefj.es). Dort finden Sie die wichtigsten Neuigkeiten zu spanischem Spielzeug.

Quelle: Verband Spanischer Spielwarenfabrikanten (AEFJ).





## MÁRMOL

El sector del mármol y la piedra natural esta fuertemente vinculado a las oscilaciones de los acontecimientos que a nivel mundial se vienen sucediendo en los últimos años. Desde que en marzo de 2020 se decretara el estado de pandemia mundial a causa de COVID-19 y se paralizara completamente el mercado internacional, la economía en general se ha visto afectada irremediamente por las circunstancias a nivel global. Tampoco podemos olvidar otros eventos internacionales como fluctuaciones económicas, desaceleraciones de economías emergentes, conflictos bélicos y otras variables que afectan directamente a nuestros principales destinos de exportación.

Pese a todos estos acontecimientos el sector de la roca ornamental ha conseguido cerrar el año 2020 con una exportación bruta de aproximadamente 160 millones de euros, alrededor de un 50% de la exportación nacional, de los que aproximadamente 117 millones corresponden a la provincia de Alicante.

Este ejercicio ha supuesto un ligero descenso en cuanto a resultados, por ello es prioritario para nosotros seguir trabajando en las líneas de actuación que nos ayuden a potenciar e incrementar nuestras cifras de ventas. Una de nuestras misiones esenciales es que nuestros materiales y su valor sean conocidos y respetados tanto a nivel nacional como internacional y ser un referente de mármol y piedra caliza en todo el mercado mundial.

Nuestra piedra natural compite a nivel internacional con una máxima calidad conseguida por un esfuerzo constante de nuestras empresas por digitalizarse, adecuarse a las nuevas tecnologías, trabajar con el máximo respeto por el producto, obtener acabados y resultados intachables, ser competentes en su comercialización, conocer el mercado internacional y fomentar una económica circular y sostenible. Actualmente, nuestras empresas exportan más de la mitad de su producción, lo que nos convierte en un sector industrial exportador.

Los principales países a los que destinamos nuestras exportaciones son: China, Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos, Marruecos, EE.UU., México, Francia, Reino Unido, Qatar, entre muchos otros. Nuestros materiales lucen alrededor del mundo en edificios emblemáticos como: aeropuertos, hoteles de lujo, resorts, edificios institucionales, esculturas o viviendas privadas.

Los materiales más demandados y reconocidos a nivel mundial son: Crema Marfil®, Rojo Alicante®, Dark Emperador®, Rojo Coralito, Piedra Bateig, Spanish Gold, Crema Buixcarró, Rosa Valencia y una gran variedad de calizas y otras piedras naturales. Desde la asociación gestionamos nuestras marcas registradas tanto a nivel nacional, como a nivel comunidad europea e internacional, para garantizar el valor de nuestros materiales.

La Asociación Mármol de Alicante, lleva más de 40 años apoyando el mármol y la piedra natural de nuestra comunidad, agrupando a las empresas más relevantes del sector con el objetivo de sumar fuerzas, impulsar el progreso industrial, potenciar la digitalización, fomentar una economía circular y defender los objetivos comunes. Tenemos tres pilares fundamentales: extracción, transformación y comercialización. Seguimos funcionando en nuestras líneas de trabajo para dar a conocer nuestro producto alrededor del mundo, potenciar su venta y mostrar su máxima calidad.

*Fuente: Asociación Mármol de Alicante.*

## MARBLE

The marble and natural stone sector is strongly linked to the fluctuations of events that have been happening worldwide in recent years. Since the status of a global pandemic due to COVID-19 was decreed in March 2020 and the international market was completely paralyzed, the economy in general has been inevitably affected by circumstances at the global level. We can not forget either other international events such as economic vicissitudes, slowdowns in emerging economies, armed conflicts and other variables that directly affect our main export destinations.

Despite all these events, the ornamental rock sector has managed to close the year 2020 with a gross export of approximately 160 million euros, around 50% of the national export, of which approximately 117 million correspond to the province of Alicante.

This year has meant a slight decrease in terms of results, it is therefore a priority for us to continue working on the lines of action that help us strengthen and increase our sales figures. One of our essential missions is to ensure that our materials and their value are known and respected both nationally and internationally and to be a benchmark for marble and limestone throughout the world market.

Our natural stone competes internationally with the highest quality achieved through a constant effort by our companies to digitize, adapt to new technologies, work with the utmost respect for the product, obtain impeccable finishes and results, be competent in its commercialization, know the international market and promote a circular and sustainable economy. Currently, our companies export more than half of their production, which makes us an exporting industrial sector.

The main countries to which we send our exports are: China, Saudi Arabia, United Arab Emirates, Morocco, USA, Mexico, France, United Kingdom, Qatar, among many others. Our materials appear around the world in emblematic buildings such as: airports, luxury hotels, resorts, institutional buildings, sculptures or private homes.

The most demanded and recognized materials worldwide are: Crema Marfil®, Rojo Alicante®, Dark Emperador®, Rojo Coralito, Piedra Bateig, Spanish Gold, Crema Buixcarró, Rosa Valencia and a great variety of limestones and other natural stones. From the association we manage our trademarks both nationally, as well as at the European Community and international level, to guarantee the value of our materials.

The Alicante Marble Association has been supporting marble and natural stone from our community for more than 40 years, bringing together the most relevant companies in the sector with the goal to add up forces, boosting industrial progress, enhancing digitization, promoting a circular economy and defending common goals. We have three fundamental pillars: extraction, transformation and commercialization. We continue to operate in our lines of work to publicize our product around the world, enhance its sale and show its highest quality.

*Source: Association of Alicante Marble.*

## MARBRE

Le secteur du marbre et de la pierre naturelle est fortement lié aux fluctuations des événements qui se sont produits dans le monde ces dernières années. Depuis la déclaration de l'état de pandémie mondiale en mars 2020 à cause du COVID-19 et la paralysie complète du marché international, l'économie en général a été irrémédiablement affectée par les circonstances au niveau mondial. Nous ne pouvons pas non plus oublier d'autres événements internationaux tels que les fluctuations économiques, les ralentissements dans les économies émergentes, les conflits armés et d'autres variables qui affectent directement nos principales destinations d'exportation.

Malgré tous ces événements, le secteur des roches ornementales a réussi à clôturer l'année 2020 avec une exportation brute d'environ 160 millions d'euros, soit près de 50% de l'exportation nationale, dont environ 117 millions correspondent à la province d'Alicante.

Cette année a été marquée par une légère baisse des résultats, c'est pourquoi il est pour nous une priorité de continuer à travailler sur les lignes d'action qui nous aident à renforcer et à augmenter nos chiffres d'affaires. L'une de nos missions essentielles est que nos matériaux et leur valeur soient connus et respectés tant au niveau national qu'international et d'être une référence pour le marbre et le calcaire sur le marché mondial.

Notre pierre naturelle est en concurrence internationale avec la plus haute qualité obtenue par un effort constant de nos entreprises pour numériser, s'adapter aux nouvelles technologies, travailler dans le plus grand respect du produit, obtenir des finitions et des résultats impeccables, être compétent dans sa commercialisation, connaître le marché international et promouvoir une économie circulaire et durable. Actuellement, nos entreprises exportent plus de la moitié de leur production, ce qui fait de nous un secteur industriel exportateur.

Les principaux pays vers lesquels nous envoyons nos exportations sont: la Chine, l'Arabie Saoudite, les Émirats Arabes Unis, le Maroc, les États-Unis, le Mexique, la France, le Royaume-Uni, le Qatar, entre autres. Nos matériaux apparaissent dans le monde entier sur des bâtiments emblématiques tels que: aéroports, hôtels de luxe, resorts, bâtiments institutionnels, sculptures ou maisons privées.

Les matériaux les plus demandés et reconnus dans le monde sont: Crema Marfil®, Rojo Alicante®, Dark Emperador®, Rojo Coralito, Piedra Bateig, Spanish Gold, Crema Buixcarró, Rosa Valencia et une grande variété de calcaires et autres pierres naturelles. Depuis l'association, nous gérons nos marques déposées tant au niveau national qu'au niveau communautaire européen et international pour garantir la valeur de nos matériaux.

L'Association Marbre d'Alicante soutient le marbre et la pierre naturelle de notre communauté depuis plus de 40 ans, rassemblant les entreprises les plus importantes du secteur dans le but d'unir leurs forces, de promouvoir le progrès industriel, d'intensifier la numérisation, de favoriser une économie circulaire et de défendre nos objectifs communs. Nous avons trois piliers fondamentaux: l'extraction, la transformation et la commercialisation. Nous continuons à opérer dans nos lignes de travail pour faire connaître notre produit dans le monde entier, améliorer sa vente et montrer sa plus haute qualité.

*Source: Association du Marbre d'Alicante.*

## MARMOR

Der Marmor und Natursteinsektor ist stark mit den Schwankungen der Ereignisse verbunden, die in den letzten Jahren weltweit stattgefunden haben. Da der Zustand einer globalen Pandemie aufgrund von COVID-19 im März 2020 verordnet wurde und der internationale Markt vollständig gelähmt war, wurde die Wirtschaft im Allgemeinen unwiederbringlich von den Umständen auf globaler Ebene beeinflusst. Wir können auch andere internationale Ereignisse wie wirtschaftliche Schwankungen, Verlangsamungen in Schwellenländern, bewaffnete Konflikte und andere Variablen, die sich direkt auf unsere wichtigsten Exportziele auswirken, nicht vergessen.

Trotz all dieser Ereignisse ist es dem Ziergesteinssektor gelungen, das Jahr 2020 mit einem Bruttoexport von rund 160 Millionen Euro abzuschließen, rund 50% des nationalen Exports, von denen rund 117 Millionen der Provinz Alicante entsprechen.

Dieses Jahr hat zu einem leichten Ergebnisrückgang geführt. Aus diesem Grund ist es für uns eine Priorität, weiter an den Maßnahmen zu arbeiten, die uns helfen, unsere Verkaufszahlen zu stärken und zu steigern. Eine unserer wesentlichen Aufgaben ist es, dass unsere Materialien und ihr Wert sowohl national als auch international bekannt und anerkannt sind und ein Maßstab für Marmor und Kalkstein auf dem Weltmarkt sind.

Unser Naturstein konkurriert international mit der höchsten Qualität, die durch die ständigen Bemühungen unserer Unternehmen erreicht wird, zu digitalisieren, sich an neue Technologien anzupassen, mit größtmöglichem Respekt für das Produkt zu arbeiten, einwandfreie Oberflächen und Ergebnisse zu erzielen, bei der Vermarktung kompetent zu sein und den internationalen Markt zu kennen und Förderung einer Kreislauf- und nachhaltigen Wirtschaft. Derzeit exportieren unsere Unternehmen mehr als die Hälfte ihrer Produktion, was uns zu einem exportierenden Industriesektor macht.

Die wichtigsten Länder, in die wir unsere Exporte senden, sind unter anderem China, Saudi-Arabien, Vereinigte Arabische Emirate, Marokko, USA, Mexiko, Frankreich, Großbritannien, Katar. Unsere Materialien erscheinen auf der ganzen Welt in emblematischen Gebäuden wie Flughäfen, Luxushotels, Resorts, institutionellen Gebäuden, Skulpturen oder Privathäusern.

Die weltweit gefragtesten und anerkanntesten Materialien sind: Crema Marfil®, Rojo Alicante®, Dark Emperador®, Rojo Coralito, Piedra Bateig, spanisches Gold, Crema Buixcarró, Rosa Valencia und eine Vielzahl von Kalksteinen und anderen Natursteinen. Vom Verband aus verwalten wir unsere Marken sowohl national als auch auf europäischer und internationaler Ebene, um den Wert unserer Materialien zu gewährleisten.

Der Alicante Marmorverband unterstützt seit mehr als 40 Jahren Marmor und Naturstein in unserer Gemeinde und bringt die wichtigsten Unternehmen der Branche zusammen, um ihre Kräfte zu bündeln, den industriellen Fortschritt zu fördern, die Digitalisierung voranzutreiben, eine Kreislaufwirtschaft zu unterstützen und gemeinsame Ziele zu verteidigen. Wir haben drei grundlegende Säulen: Gewinnung, Umwandlung und Kommerzialisierung. Wir arbeiten weiter an unseren Linien, um unser Produkt weltweit bekannt zu machen, seinen Verkauf zu fördern und seine höchste Qualität zu zeigen.

*Quelle: Marmorvereinigung Alicante.*



## PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS

### Bajan las exportaciones hortofrutícolas, pero mantienen su valor.

Aunque la exportación hortofrutícola de la provincia de Alicante no vivió un buen año en 2020 y decreció un 11,4% en cantidad, mantuvo su valor respecto al año 2019, bajando tan sólo un 0,29%. Se exportaron un total de 55,3 millones de kilos. Destacan el aumento de kilos exportados a Rumanía (213%), Caen los principales mercados: Francia (-20%), Alemania (-19%) y Inglaterra (-4%) y Holanda (-28%), Suben en cambio las exportaciones a Dinamarca (80%), Noruega (71%) y Polonia (72%).

Un año más, el tomate ha registrado una bajada tanto en ingresos (-25,8%) como en volumen vendido (-22,7%). En el balance final se logró situar en los mercados internacionales un total de 18.728.039 kilogramos frente a los 25.253.592 de 2019, con unos resultados económicos de 13.858.749 euros. Se registraron bajadas notables en Alemania, Francia, Inglaterra, república Checa y Suecia. Suben en cambio en Noruega, Finlandia Rumanía, además de en Suiza.

La alcachofa bajó sustancialmente en cantidad exportada (-27,5%) y menos en valor (-49%) Colocó en el mercado exterior 1,7 millones kilos con ventas por 2,2 millones de euros. La cantidad exportada descendió en casi todos los países, sobre todo a Inglaterra (-68,9%). Es llamativo el aumento en los mercados suizos.

La exportación de brócoli disminuyó en relación al año anterior, con un descenso en cantidad (-21,5%), y en valor (-3,4%). Francia, con creces, continúa siendo el principal comprador de este producto, aunque las ventas al país gallo bajaron un 15,4%.

Llamativo es el caso de la lechuga, que aumentó en cantidad exportada (5,9%) y perdió en valor, -32,9%), con descensos de las ventas en los grandes mercados de Italia, Alemania o Inglaterra y un aumento a Marruecos.

Malos resultados ha obtenido también la exportación del melón, que ha caído un -35,5% en cantidad y un -45,6% en valor. La caída en ventas a Francia, principal exportador ha sido del -30,9%. Significativo ha sido el descenso a Inglaterra (-85,6%).

Las ventas de ajo han tenido un comportamiento muy positivo, respecto al año anterior. Subió en cantidad (29,5%) y ganó mucho en valor (47,3%), repitiendo el aumento a Dinamarca (156%), Letonia (252,6%) y a Polonia (345%) y bajadas en países como Francia (47,7%).

La uva de mesa con pepita ha subido en cantidad exportada un 9,95% y en valor un 3,29%. El principal mercado, el francés, ha aumentado un 11,25%. Notable aumento de las ventas de uva de mesa a Rumanía (108%) y a Suiza (567%).

El resto de frutas y hortalizas registró unas cifras positivas. Ganó tanto en cantidad exportada (35,7%) como en valor (75%). En los principales países destino de la exportación alicantina se subieron las ventas: 58,1% en Alemania, un 194,2% en Inglaterra y un muy buen resultado en Italia con un 694,9%. En cambio, bajaron en Suecia un 92,8% y en Francia un 32,2%.

Fuente: Federación Provincial de Empresarios de Frutos y Productos Hortícolas de Alicante.

## HORTICULTURAL PRODUCTS

### Horticultural exports fall, but maintain their value.

Although fruit and vegetable exports from the province of Alicante did not experience a good year in 2020 and decreased by 11.4% in quantity, they maintained their value compared to 2019, dropping only by 0.29%. A total of 55.3 million kilos were exported. The sharp rise in kilos exported to Romania (213%) was a surprise, the main markets have decreased: France (-20%), Germany (-19%), England (-4%) and Holland (-28%), on the other hand exports have increased to Denmark (80%), Norway (71%) and Poland (72%).

For yet another year, tomatoes registered a drop both in revenue (-25.8%) and in volume sold (-22.7%). In the final balance, a total of 18,728,039 kilograms were sold on international markets, compared to 25,253,592 kilograms in 2019, with an economic result of 13,858,749 euros. Notable decreases were recorded in Germany, France, England, the Czech Republic and Sweden. On the other hand, Norway, Finland, Romania and Switzerland showed increases.

Artichokes dropped substantially in quantity exported (-27.5%) and even more in value (-49%), with 1.7 million kilos sold on the foreign market and a turnover of 2.2 million euros. The quantity exported fell in almost all countries, especially in England (-68.9%), while the Swiss market recorded a remarkable increase.

Broccoli exports decreased from the previous year, with a drop in quantity (-21.5%) and value (-3.4%). France remains by far the main buyer of this product, although sales have fallen by 15.4%.

The case of lettuce is striking, as it increased in exported quantity (5.9%) but lost in value (-32.9%), with sales declining in the large markets of Italy, Germany or England and an increasing in Morocco.

Exports of melons also performed poorly, having fallen by 35.5% in quantity and by 45.6% in value. The drop in sales to France, the main exporter, was 30.9%. The collapse in England (-85.6%) was significant.

Garlic sales had a very positive performance compared to the previous year. They increased in quantity (29.5%) and gained significantly in value (47.3%). Results were positive in Denmark (156%), Latvia (252.6%) and Poland (345%) and negative in countries like France (-47.7%).

Table grapes with seeds increased in quantity exported by 9.95% and in value by 3.29%. The main market, France, increased by 11.25%. The sales of table grapes increased significantly in Romania (108%) and Switzerland (567%).

The rest of the fruit and vegetables recorded positive figures, both in terms of quantity exported (35.7%) and value (75%). In the main destination countries for Alicante's exports, sales have increased: by 58.1% in Germany, 194.2% in England and very significantly in Italy, by 694.9%. On the other hand, they have fallen by 92.8% in Sweden and 32.2% in France.

Source: Provincial Federation of Alicante Fruit and Vegetable Businessmen.

## HORTICULTURE VIVRIÈRE

### Les exportations horticoles baissent, mais conservent leur valeur.

Bien que l'exportation de fruits et légumes de la province d'Alicante n'ait pas connu une bonne année en 2020 et ait diminué de 11,4% en quantité, elle a maintenu sa valeur par rapport à 2019, ne baissant que de 0,29%. Au total, 55,3 millions de kilos ont été exportés. La montée en flèche des kilos exportés vers la Roumanie (213%) à été une surprise, les principaux marchés ont baissé: la France (-20%), l'Allemagne (-19%), l'Angleterre (-4%) et la Hollande (-28%), en revanche les exportations sont augmentées vers le Danemark (80%), la Norvège (71%) et la Pologne (72%).

Une fois de plus la tomate enregistre une baisse à la fois de son chiffre d'affaires (-25,8%) et de volume vendu (-22,7%). Dans le bilan final, un total de 18 728 039 kilogrammes ont été placés sur les marchés internationaux contre 25 253 592 en 2019, avec des résultats économiques de 13 858 749 euros. Des baisses notables ont été enregistrées en Allemagne, en France, en Angleterre, en République Tchèque et en Suède. Par contre, la Norvège, la Finlande, la Roumanie ainsi que la Suisse affichent des progressions.

L'artichaut a fortement baissé en quantité exportée (-27,5%) et encore plus en valeur (-49%), avec 1,7 million de kilos placés sur le marché extérieur et un chiffre d'affaires de 2,2 millions d'euros. La quantité exportée a diminué dans presque tous les pays, surtout en l'Angleterre (-68,9%), alors que le marché suisse a enregistré une augmentation frappante.

Les exportations de brocoli ont diminué par rapport à l'année précédente, avec une baisse en quantité (-21,5%) et en valeur (-3,4%). La France reste de loin le principal acheteur de ce produit, bien que les ventes ont baissé de 15,4%.

Le cas de la laitue est frappant, ayant augmenté en quantité exportée (5,9%) et perdu en valeur (-32,9%), avec une baisse des ventes sur les grands marchés de l'Italie, de l'Allemagne ou de l'Angleterre et une montée au Maroc.

Les exportations de melons ont également obtenu de mauvais résultats, ayant diminué de 35,5% en quantité et de 45,6% en valeur. La chute des ventes vers la France, principal exportateur, a été de 30,9%. L'effondrement en Angleterre (-85,6%) a été significatif.

Les ventes d'ail ont eu une performance très positive par rapport à l'année précédente. Elles ont augmenté en quantité (29,5%) et ont beaucoup gagné en valeur (47,3%). Les résultats ont été positifs au Danemark (156%), en Lettonie (252,6%) et en Pologne (345%) et négatifs dans des pays comme la France (-47,7%).

Le raisin de table avec pépins a augmenté en quantité exportée de 9,95% et en valeur de 3,29%. Le principal marché, le français, a progressé de 11,25%. Les ventes de raisins de table se sont notablement accrues en Roumanie (108%) et en Suisse (567%).

Le reste des fruits et légumes a enregistré des chiffres positifs, autant en quantité exportée (35,7%) comme en valeur (75%). Dans les principaux pays de destination des exportations d'Alicante, les ventes ont progressé : de 58,1% en Allemagne, de 194,2% en Angleterre et très sensiblement en Italie, de 694,9%. En revanche, elles ont reculé de 92,8% en Suède et de 32,2% en France.

Source: *Fédération Provinciale d'Entrepreneurs de Fruits et Produits Horticoles et Fruitières d'Alicante.*

## OBST-UND GARTENBAUERZEUGNISSE

### Gartenbauexporte sinken, behalten aber ihren Wert.

Obwohl der Obst- und Gemüseexport der Provinz Alicante im Jahr 2020 kein gutes Jahr war und mengenmäßig um 11,4% zurückging, behielt er seinen Wert gegenüber 2019 und fiel nur um 0,29%. Insgesamt wurden 55,3 Millionen Kilo exportiert. Auffällig ist der Anstieg der nach Rumänien exportierten Kilos (213%), die Hauptmärkte fallen: Frankreich (-20%), Deutschland (-19%) und England (-4%) sowie Holland (-28%) exportieren nach Dänemark (80%), Norwegen (71%) und Polen (72%).

Seit einem weiteren Jahr verzeichneten die Tomate sowohl einen Umsatzrückgang (-25,8%) als auch ein Verkaufsvolumen (-22,7%). In der Schlussbilanz wurden insgesamt 18.728.039 Kilogramm auf den internationalen Märkten platziert, verglichen mit 25.253.592 im Jahr 2019 mit einem wirtschaftlichen Ergebnis von 13.858.749 Euro. Bemerkenswerte Rückgänge wurden in Deutschland, Frankreich, England, der Tschechischen Republik und Schweden verzeichnet. Zum anderen steigen sie in Norwegen, Finnland, Rumänien sowie in der Schweiz.

Die Artischocke verlor erheblich an Exportmenge (-27,5%) und an Wert (-49%). Sie brachte 1,7 Millionen Kilo auf den Auslandsmarkt und erzielte einen Umsatz von 2,2 Millionen Euro. Die exportierte Menge ging in fast allen Ländern zurück, insbesondere nach England (-68,9%). Auffällig ist der Anstieg auf den Schweizer Märkten.

Die Brokkoli-Exporte gingen zurück, im Vergleich zum Vorjahr, wobei die Menge (-21,5%) und der Wert (-3,4%) zurückgingen. Frankreich ist bei weitem weiterhin der Hauptabnehmer dieses Produkts, obwohl die Verkäufe in das französische Land um 15,4% zurückgingen.

Auffällig ist der Fall von Salat, der in exportierter Menge zunahm (5,9%) und an Wert verlor (-32,9%), wobei die Verkäufe in den großen Märkten Italiens, Deutschlands oder Englands zurückgingen und nach Marokko zunahmen.

Melonenexporte haben ebenfalls schlechte Ergebnisse erzielt, die mengenmäßig um -35,5% und wertmäßig um -45,6% gefallen sind. Der Umsatzrückgang nach Frankreich, dem Hauptexporteur, betrug -30,9%. Signifikant war der Rückgang nach England (-85,6%).

Der Knoblauchabsatz hat sich im Vergleich zum Vorjahr sehr positiv entwickelt. Es nahm mengenmäßig zu (29,5%) und gewann an Wert (47,3%), wobei der Anstieg in Dänemark (156%), Lettland (252,6%) und Polen (345%) und der Rückgang in Ländern wie Frankreich (47,7%) wiederholt wurden.

Die Tafeltraube mit Samen hat in der exportierten Menge um 9,95% und im Wert um 3,29% zugenommen. Der Hauptmarkt, Französisch, ist um 11,25% gewachsen. Bemerkenswerter Anstieg der Tafeltraubenverkäufe nach Rumänien (108%) und in die Schweiz (567%).

Der Rest von Obst und Gemüse verzeichnete positive Zahlen. Sie gewannen wohl an exportierte Menge (35,7%) als auch an Wert (75%). In den wichtigsten Zielländern für Alicante-Exporte stieg der Umsatz: 58,1% in Deutschland, 194,2% in England und ein sehr gutes Ergebnis in Italien mit 694,9%. Andererseits fielen sie in Schweden um 92,8% und in Frankreich um 32,2%.

Quelle: *Verband der Obst- und Gemüserzeuger Alicantes.*





## UVA DE MESA

**La uva de mesa con Denominación de Origen Protegida Vinalopó vendió en 2020 al exterior más de 2,5 millones de kilos.**

La uva de mesa con Denominación de Origen Protegida del Vinalopó comercializó un total de 6,57 millones de kg, de los cuales más de 2,5 millones de kilos tuvieron como destino el mercado exterior. Al mercado nacional fueron a parar alrededor de 4 millones de kilos. El número de contraetiquetas expedidas ascendió a 1.198.972.

La producción inscrita en campo superó las 41.000 toneladas en sus siete variedades: Aledo, Ideal, Rosetti, Doña María, Dominga, Victoria y Red Globe. En este sentido cabe destacar que al cultivo de la uva de mesa se dedican un total de 311 agricultores en 2.518 parcelas con una superficie total de 1.670 hectáreas.

En general, pese a la disminución de producción inscrita de la que se partía respecto al año 2019, la campaña fue considerada como positiva por el conjunto del sector.

La uva con Denominación de Origen Protegida Vinalopó se diferencia de todas las demás por su sistema de cultivo, consistente en introducir cada uno de los racimos dentro de una bolsa de papel especial (el embolsado), donde estos crecen y maduran en el campo hasta su recolección. Esta práctica se lleva a cabo únicamente este valle de Alicante, por su especial microclima, que solo existe en esta zona. Dichos atributos le han permitido ser merecedora de la mayor distinción que un producto alimentario puede tener a nivel europeo: la Denominación de Origen Protegida.

El consumidor prefiere esta uva, además de por estar amparada por una figura de calidad como la Denominación de Origen (con todas las garantías que ese sello por sí solo garantiza), por los beneficios que el embolsado genera, entre los cuales destacamos el color uniforme de todos los racimos, una piel más fina en los granos, ya que este embolsado tamiza los rayos solares y protege de todas las inclemencias climatológicas como el granizo, el viento, la lluvia, etc., así como un mejor sabor de sus uvas, obtenido por el retraso de la maduración en la cepa que el referido proceso facilita.

El origen de la práctica del embolsado se remonta al año 1919, cuando solamente se cultivaba una reducida superficie de la variedad Valenci Blanco, de la que actualmente es difícil encontrar alguna cepa y que ha sido sustituida de forma generalizada por las variedades Ideal y Aledo. La técnica del embolsado de la uva de mesa en sus inicios se debe al ingenio D. Manuel Bonmatí Abad (1883-1969).

Hay que destacar que solo siete poblaciones de todo el mundo producen estas uvas tan singulares empleando esta técnica: Agost, Aspe, Hondón de las Nieves, Hondón de los Frailes, La Romana, Monforte del Cid y Novelda; todas ellas situadas en el Valle del Vinalopó, en la provincia de Alicante.

Según estimaciones del Consejo Regulador de la Denominación de Origen, en la última campaña se utilizaron unos 100 millones de bolsas de papel para proteger el perímetro de producción amparado por la DOP.

El embolsado es, además, una tarea completamente artesanal, que da trabajo a cerca de 11.000 personas de la comarca en los siete municipios del denominado Valle de la Uvas.

*Fuente: Consejo Regulador de la Denominación de Origen "Uva de Mesa Embolsada del Vinalopó".*

## DESSERT GRAPES

**The table grape with Protected Designation of Origin Vinalopó sold more than 2.5 million kilos abroad in 2020.**

The table grape with the Protected Designation of Origin of Vinalopó sold a total of 6.57 million kg, of which more than 2.5 million kilos were destined for the foreign market. 4million kilos went to the national market. The number of back labels issued amounted to 1,198,972.

The production registered in the field exceeded 41,000 tons in its seven varieties: Aledo, Ideal, Rosetti, Doña María, Dominga, Victoria and Red Globe. In this sense, it should be noted that a total of 311 farmers in 2,518 plots with a total area of 1,670 hectares are dedicated to the cultivation of table grapes.

In general, the campaign was branded as positive by the sector as a whole, despite the reduction in the registered production compared to the one in 2019.

The grape with the Protected Designation of Origin Vinalopó differs from all the others by its cultivation system, consisting of introducing each one of the bunches into a special paper bag (bagging), where they grow and mature in the field until their harvest. This practice is only carried out in this valley of Alicante, due to its special microclimate, which only exists in this area. These attributes have allowed it to be deserving of the highest distinction that a food product can have at a European level: the Protected Designation of Origin.

The consumer prefers this grape, in addition to being protected by a quality figure such as the Denomination of Origin (with all the guarantees that this seal alone guarantees), for the benefits that the bagging generates, among which we highlight the uniform color of all the bunches, a finer skin on the grains, since this bagging sieves the sun's rays and protects from all inclement weather such as hail, wind, rain, etc., as well as a better flavor of its grapes, obtained by the delay of the maturation in the strain that the referred process facilitates.

The origin of the practice of bagging dates back to the year 1919, when only a small area of the Valenci Blanco variety was cultivated, of which it is currently difficult to find any strain and which has been widely replaced by the Ideal and Aledo varieties. The technique of bagging table grapes in its beginnings is due to the ingenuity D. Manuel Bonmatí Abad (1883-1969).

It should be noted that only seven populations around the world produce these unique grapes using this technique: Agost, Aspe, Hondón de las Nieves, Hondón de los Frailes, La Romana, Monforte del Cid and Novelda; all of them located in the Vinalopó Valley, in the province of Alicante.

According to estimates by the Regulatory Council of the Denomination of Origin, in the last campaign some 100 million paper bags were used to protect the production perimeter covered by the DOP.

Bagging is also a completely artisanal task, which employs about 11,000 people in the region in the seven municipalities of the Valle de la Uvas.

*Source: Committee Regulating the Denomination of Origin of Bagged Dessert Grapes from Vinalopó.*



## RAISIN DE TABLE

**Le raisin de table à appellation d'origine protégée Vinalopó a vendu près de 2,5 millions de kilos à l'étranger en 2020.**

Le raisin de table avec appellation d'origine protégée de Vinalopó a vendu un total de 6,57 millions de kg, dont près de 2,5 millions de kilos étaient destinés au marché étranger. 4 millions de kilos sont allés sur le marché national. Le nombre de contre-étiquettes émises s'élevait à 1 198 972.

La production enregistrée dans le domaine a dépassé 41 000 tonnes dans ses sept variétés: Aledo, Ideal, Rosetti, Doña María, Dominga, Victoria et Red Globe. En ce sens, il convient de noter qu'un total de 311 agriculteurs sur 2 518 parcelles d'une superficie totale de 1 670 hectares sont consacrés à la culture du raisin de table.

En général, malgré la baisse de la production enregistrée amorcée par rapport à 2019, la campagne a été jugée positive par l'ensemble du secteur.

Le raisin avec l'Appellation d'Origine Protégée Vinalopó se distingue de tous les autres par son système de culture, consistant à placer chacune des grappes dans un sac en papier spécial (ensachage), où elles poussent et mûrissent au champ jusqu'à leur récolte. Cette pratique n'est pratiquée que dans cette vallée d'Alicante, en raison de son microclimat spécial, qui n'existe que dans cette zone. Ces attributs lui ont permis de mériter la plus haute distinction qu'un produit alimentaire puisse avoir au niveau européen: l'Appellation d'Origine Protégée.

Le consommateur préfère ce cépage, en plus d'être protégé par une figure de qualité telle que l'Appellation d'Origine (avec toutes les garanties que ce sceau seul garantit), pour les bénéfices que l'ensachage génère, parmi lesquels on met en évidence la couleur uniforme de toutes les grappes, une peau plus fine sur les grains, car cet ensachage tamise les rayons du soleil et protège de tous les intempéries comme la grêle, le vent, la pluie, etc., ainsi qu'une meilleure saveur de ses raisins, obtenu par le retard de la maturation dans la souche que le processus visé facilite.

L'origine de la pratique de l'ensachage remonte à l'année 1919, lorsque seule une petite superficie de la variété Valenciano Blanco était cultivée, dont il est actuellement difficile de trouver une souche et qui a été largement remplacée par les variétés Ideal et Aledo. La technique de l'ensachage des raisins de table à ses débuts est due à l'ingéniosité de D. Manuel Bonmatí Abad (1883-1969).

Il convient de noter que seules sept populations dans le monde produisent ces raisins uniques en utilisant cette technique: Agost, Aspe, Hondón de las Nieves, Hondón de los Frailes, La Romana, Monforte del Cid et Novelda; tous situés dans la vallée de Vinalopó, dans la province d'Alicante.

Selon les estimations du Conseil de réglementation de l'Appellation d'Origine, au cours de la dernière campagne, quelque 100 millions de sacs en papier ont été utilisés pour protéger le périmètre de production couvert par le DOP.

L'ensachage est également une tâche entièrement artisanale, qui emploie environ 11 000 personnes dans la région dans les sept municipalités de la Valle de la Uvas.

*Source: Conseil Régulateur de la Dénomination d'Origine "Raisin de Table Ensaché du Vinalopó".*

## TAFELTRAUBEN

**Die Tafeltraube mit geschützter Ursprungsbezeichnung Vinalopó verkaufte sich 2020 im Ausland fast 2,5 Millionen Kilo.**

Die Tafeltraube mit der geschützten Ursprungsbezeichnung von Vinalopó verkaufte insgesamt 6,57 Millionen kg, von denen fast 2,5 Millionen Kilo für den Auslandsmarkt bestimmt waren. 4 Millionen Kilo gingen auf den nationalen Markt. Die Anzahl der ausgegebenen Rückseitenetiketten betrug 1.198.972.

Die auf dem Feld registrierte Produktion überstieg 41.000 Tonnen in seinen sieben Sorten: Aledo, Ideal, Rosetti, Doña María, Dominga, Victoria und Red Globe. In diesem Sinne ist anzumerken, dass insgesamt 311 Landwirte auf 2.518 Parzellen mit einer Gesamtfläche von 1.670 Hektar dem Anbau von Tafeltrauben gewidmet sind.

Im Allgemeinen wurde die Kampagne trotz des Rückgangs der registrierten Produktion, der im Jahr 2019 begann, von der gesamten Branche als positiv bewertet.

Die Traube mit der geschützten Ursprungsbezeichnung Vinalopó unterscheidet sich von allen anderen durch ihr Anbausystem, das darin besteht, jede der Trauben in eine spezielle Papiertüte (Absackung) zu legen, in der sie bis zu ihrer Geburt auf dem Feld wachsen und reifen Ernte. Diese Praxis wird aufgrund des besonderen Mikroklimas, das nur in diesem Gebiet herrscht, nur in diesem Tal von Alicante durchgeführt. Diese Eigenschaften haben es ermöglicht, die höchste Auszeichnung zu verdienen, die ein Lebensmittel auf europäischer Ebene haben kann: die geschützte Ursprungsbezeichnung.

Der Verbraucher bevorzugt diese Traube und schützt sie nicht nur durch eine Qualitätskennzahl wie die Ursprungsbezeichnung (mit allen Garantien, die dieses Siegel allein garantiert), sondern auch durch die Vorteile, die die Verpackung bietet, unter denen wir die einheitliche Farbe hervorheben. Von allen Trauben eine feinere Haut auf den Körnern, da diese Absackung die Sonnenstrahlen sieben und vor allen rauen Wetterbedingungen wie Hagel, Wind, Regen usw. sowie einem besseren Geschmack der Trauben schützt. erhalten durch die Verzögerung der Reifung in dem Stamm, die das genannte Verfahren erleichtert.

Der Ursprung der Praxis des Absackens geht auf das Jahr 1919 zurück, als nur ein kleiner Bereich der Sorte Valenciano Blanco kultiviert wurde, von dem es derzeit schwierig ist, einen Stamm zu finden, und der weitgehend durch die Sorten Ideal und Aledo ersetzt wurde. Die Technik des Absackens von Tafeltrauben in den Anfängen beruht auf dem Einfallsreichtum von D. Manuel Bonmatí Abad (1883-1969).

Es ist anzumerken, dass nur sieben Populationen auf der ganzen Welt diese einzigartigen Trauben mit dieser Technik produzieren: Agost, Aspe, Hondón de las Nieves, Hondón de los Frailes, La Romana, Monforte del Cid und Novelda; Alle befinden sich im Vinalopó-Tal in der Provinz Alicante.

Nach Schätzungen des Regulierungsrates für die Ursprungsbezeichnung wurden in der letzten Kampagne rund 100 Millionen Papiertüten zum Schutz des vom DOP abgedeckten Produktionsumfangs verwendet.

Das Absacken ist auch eine rein handwerkliche Aufgabe, bei der in den sieben Gemeinden des Valle de la Uvas in der Region rund 11.000 Menschen beschäftigt sind.

*Quelle: Kontrollrat der Herkunftsbezeichnung: "Verpackte Tafeltrauben aus Vinalopó".*



## TEXTIL

**Las exportaciones del textil valenciano cierran el año en 836 millones de euros.**

Las variables económicas del sector textil/confección en la Comunitat Valenciana en el año 2020 se han visto frenadas, rompiendo con la tendencia de evolución positiva de los últimos años.

La situación acontecida por la pandemia ha perjudicado a varios sectores textiles relacionados con la Moda y El contract en mayor medida, pero también ha tenido paralizado durante meses a otros subsectores textiles de la cadena de valor, que ha provocado una caída del 14,6% en la cifra de negocios y un 8,7% en exportación.

El sector textil confección valenciano está formado por 1.481 empresas, que emplean a 21.709 personas con una cifra de negocios de 1.722 millones de €.

### Exportaciones

Las exportaciones del textil confección de la Comunitat Valenciana en su conjunto han alcanzado la cifra de 836 millones con la caída en ventas atribuida a prácticamente todos los artículos como las fibras, las prendas de punto, las prendas de confección, los tejidos y en menor medida los textiles para el hogar cuya demanda se volvió a reactivar después de tantos meses de confinamiento.

Los principales clientes del sector Textil Valenciano siguen siendo principalmente Francia, Italia, Portugal, Alemania, Polonia, Marruecos y el Reino Unido, con un volumen de exportación que representa el 58% del total de las ventas exteriores.

### Conclusiones y perspectivas de futuro

2020 será recordado como un año de la desaceleración a nivel nacional e internacionalización, situación generada y agravada por la pandemia que paralizó la actividad a nivel nacional e internacional.

Aun así, el sector mantiene el pulso y sigue perseverando, apostando por la sostenibilidad y la digitalización como pilares fundamentales para dinamizar la actividad comercial. La reinención del sector en esta dirección es irreversible e implica cambios profundos a todos los niveles de la cadena de valor.

*Fuente: Asociación de Empresarios Textiles de la Comunidad Valenciana (ATEVAL).*

## TEXTILES

**Textile exports from Valencia close the year at € 836 million.**

The economic variables of the textile/clothing sector in the Community of Valencia in 2020 have slowed down, breaking with the positive trend of recent years.

The situation caused by the pandemic has damaged several textile sectors related to Fashion and Contract Manufacturing to a greater extent, but it has also paralyzed for months other textile subsectors of the value chain, which has caused a 14.6% drop in turnover and an 8.7% drop in exports.

The textile and clothing sector of Valencia is made up of 1,481 companies, employing 21,709 people with a turnover of 1,722 million euros.

### Exports

Textile and clothing exports from the Community of Valencia as a whole have reached the figure of 836 million. The drop in sales affects practically all articles: fibers, knitwear, ready-to-wear garments, fabrics and to a lesser extent home textiles, whose demand was reactivated after so many months of confinement.

The main clients of the Textile sector from Valencia continue to be mainly France, Italy, Portugal, Germany, Poland, Morocco and the United Kingdom, with an export volume that represents 58% of total foreign sales.

### Conclusions and future perspectives

2020 will be remembered as a year of national and international slowdown, a situation generated and aggravated by the pandemic that paralyzed national and international activity.

Even so, the sector keeps pushing and persevering, betting on sustainability and digitalization as fundamental pillars to invigorate commercial activity. The reinvention of the sector in this direction is irreversible and involves profound changes at all levels of the value chain.

*Source: Association of Textile Businessmen in the Valencian Community (ATEVAL).*

## TEXTILE

**Les exportations textiles de Valence clôturent l'année à 836 millions d'euros.**

Les variables économiques du secteur textile/habillement de la Communauté de Valence en 2020 ont ralenti, rompant la tendance d'évolution positive de ces dernières années.

La situation causée par la pandémie a compromis plusieurs secteurs textiles liés à la Mode et au Contract (Fabrication Sous Contrat) dans une plus grande mesure, mais elle a également paralysé pendant des mois d'autres sous-secteurs textiles de la chaîne de valeur, ce qui a entraîné une chute de 14,6 % du chiffre d'affaires et de 8,7 % des exportations.

Le secteur du textile et de l'habillement de Valence est composé de 1 481 entreprises, employant 21 709 personnes et réalisant un chiffre d'affaires de 1 722 millions d'euros.

### Exportations

Les exportations du textile et de l'habillement de l'ensemble de la Communauté de Valence ont atteint le chiffre de 836 millions. La baisse des ventes touche pratiquement tous les articles : fibres, tricots, prêt-à-porter, tissus et dans une moindre mesure textiles de maison, qui ont bénéficié d'une reprise de la demande après tant de mois de confinement.

Les principaux clients du secteur Textile de Valence restent principalement la France, l'Italie, le Portugal, l'Allemagne, la Pologne, le Maroc et le Royaume-Uni, avec un volume d'exportation qui représente 58% du total des ventes à l'étranger.

### Conclusions et perspectives d'avenir

L'année 2020 restera dans les mémoires comme une année de ralentissement national et international, une situation générée et aggravée par la pandémie qui a paralysé l'activité au niveau national et international.

Malgré cela, le secteur garde le doigt sur le pouls et continue de persévérer, engagé dans la durabilité et la numérisation comme piliers fondamentaux pour stimuler l'activité commerciale. La réinvention du secteur dans cette direction est irréversible et implique des changements profonds à tous les niveaux de la chaîne de valeur.

*Source: Association des Entreprises Textiles de la Communauté Valencienne (ATEVAL).*

## TEXTILIEN

**Textilexporte aus Valencia schließen das Jahr mit 836 Millionen Euro ab.**

Die wirtschaftlichen Variablen des Textil-/Bekleidungssektors in der Valencianischen Gemeinschaft im Jahr 2020 haben sich verlangsamt und brechen mit dem positiven Trend der letzten Jahre.

Die durch die Pandemie verursachte Situation hat mehrere Textilsektoren im Zusammenhang mit Mode und Auftragsfertigung stärker geschädigt, aber auch andere textile Subsektoren der Wertschöpfungskette für Monate lahmgelegt, was einen Umsatzrückgang von 14,6 % und einen Rückgang der Exporte von 8,7 % zur Folge hatte.

Der Textil- und Bekleidungssektor von Valencia besteht aus 1.481 Unternehmen, die 21.709 Personen beschäftigen und einen Umsatz von 1.722 Millionen Euro erwirtschaften.

### Exporte

Die Textil- und Bekleidungsexporte der gesamten Valencianischen Gemeinschaft haben den Wert von 836 Millionen erreicht. Der Umsatzrückgang betrifft praktisch alle Artikel: Fasern, Strickwaren, Konfektionskleidung, Stoffe und in geringerem Maße Heimtextilien, deren Nachfrage nach so vielen Monaten der Gefangenschaft reaktiviert wurde.

Die wichtigsten Kunden des Textilsektors aus Valencia sind weiterhin vor allem Frankreich, Italien, Portugal, Deutschland, Polen, Marokko und Großbritannien mit einem Exportvolumen, das 58 % des gesamten Auslandsumsatzes ausmacht.

### Schlussfolgerungen und Zukunftsperspektiven

Das Jahr 2020 wird als ein Jahr der nationalen und internationalen Verlangsamung in Erinnerung bleiben, eine Situation, die durch die Pandemie hervorgerufen und verschärft wurde, die die nationalen und internationalen Aktivitäten lahmlegte.

Trotzdem bleibt der Textilsektor hartnäckig und setzt auf Nachhaltigkeit und Digitalisierung als grundlegende Säulen zur Belebung der Geschäftstätigkeit. Die Neuerfindung des Sektors in diese Richtung ist unumkehrbar und beinhaltet tiefgreifende Veränderungen auf allen Ebenen der Wertschöpfungskette.

*Quelle: Verband der Textilunternehmer der Provinz Valencia (ATEVAL).*



## ALFOMBRAS Y MOQUETAS

**El sector alicantino de alfombras y moquetas mantiene prácticamente estables sus niveles de exportación a pesar del fuerte impacto de la pandemia mundial de la COVID-19.**

El balance de las exportaciones valencianas del sector Alfombra y Moqueta durante 2020 concluyó con un descenso del 2,8% respecto al ejercicio anterior generando, con ello, un punto de inflexión sobre el creciente aumento conseguido en los ocho años precedentes que alcanzó el 169%.

Como ya se concluyó a finales del ejercicio 2019, aquel año supuso una importante desaceleración de tales índices, detectando el inicio de un ciclo económico bajista e, incluso, los preludios de una nueva crisis. Sin embargo, con la irrupción de la pandemia la situación evolucionó velozmente y esa coyuntura negativa se aceleró hasta límites inesperados. De este modo, los datos de exportación correspondientes a los meses de marzo y abril de 2020 nos trasladaban caídas del 35% y 45% respectivamente, manteniendo esa dinámica negativa en los meses posteriores, aunque con ratios mucho más moderados. Transcurrido medio año, y tras las cifras obtenidas en septiembre, octubre y noviembre, se vislumbraba un cambio de tendencia y recuperación al alcanzar aumentos del 22%, 45% y 62% en cada uno de ellos, pero finalmente amortiguados por un nuevo descenso en diciembre, concretamente del 25%, lo cual podría explicarse por la aparición de los nuevos rebrotes de la COVID19.

Con tales antecedentes, se podría manifestar que, ante una de las realidades más hostiles y complejas vividas en muchas décadas, la pérdida de actividad exportadora del sector alfombra y moqueta valenciana durante 2020 ha sido mínima, dato que aún es menor si lo acotamos a la provincia de Alicante, principal núcleo productivo de la región, situándose en el -0,2%, es decir, prácticamente la misma cuantía que en 2019. Ante tales circunstancias, cabría concluir que el dato global para 2020 pudiera entenderse como un absoluto éxito.

Ni que decir tiene que detrás de esta cifra global se encuentran circunstancias muy dispares a nivel individual en cada una de las empresas del sector, tanto en sus relaciones comerciales internacionales como domésticas, de tal forma que, a nivel general, una parte mayoritaria de las mismas han sufrido una clarísima pérdida de negocio, que, tras los estudios realizados, se estima en el 19%, llegando, en ocasiones, hasta el 50%. Ello pone de manifiesto, por un lado, la fortaleza del sector exterior y el posicionamiento diferenciado de nuestras empresas en los mercados internacionales, a la vez que evidencia la debilidad de la demanda interna.

Analizando la relevancia de determinados destinos, se destaca, una vez más, el efecto negativo generado por el descenso de dos referentes, como son Estados Unidos y Reino Unido. Cabe recordar que durante muchos años fueron los principales receptores de las exportaciones alicantinas, ocupando los dos primeros puestos del ranking y casi el 40% de la cifra total de negocio. Esta hegemonía se perdió en los últimos ejercicios derivado de fuertes caídas que los relegaron al puesto 4º y 7º respectivamente y rebajando la suma de su demanda hasta el 14%. Sin embargo, en 2019 parecía que tales mercados podrían despertar de este letargo, generándose incrementos del 3,1% y 39,1%. Pero dicha esperanza quedó truncada en 2020 al generar nuevas caídas significativas, el 18,1% y 33,5% respectivamente.

## CARPETS, RUGS AND FLOOR COVERINGS

**The Alicante sector of rugs and carpets maintains practically stable export levels despite the strong impact of the COVID-19 global pandemic.**

In 2020 the balance of Valencian exports of the Rugs and Carpets sector concluded with a 2.8% decrease compared to the previous year, this represented a turning point in the growing increase achieved over the previous eight years, which reached 169%.

As we concluded at the end of the 2019 financial year, that exercise showed a significant slowdown in these figures, signaling the beginning of a downward economic cycle and even the prelude to a new crisis. However, with the outbreak of the pandemic, the situation evolved rapidly and this negative situation accelerated to unexpected limits. Thus, export data for the months of March and April 2020 registered drops of 35% and 45% respectively, maintaining this negative dynamic in subsequent months, although with much more moderate ratios. Half a year later, and after the figures obtained in September, October and November, a change of trend and recovery could be glimpsed, with increases of 22%, 45% and 62% in each of them, but finally cushioned by a new decrease in December, specifically 25%, which could be explained by the appearance of the new COVID19 outbreaks.

Against this background, it could be said that, in the face of one of the most hostile and complex realities experienced in many decades, the loss of export activity in the Valencian rugs and carpets sector during 2020 has been minimal, a figure that is even lower if we limit it to the province of Alicante, the main productive core of the region, standing at -0.2%, that is, practically the same amount as in 2019. Under these circumstances, it could be concluded that the overall figure for 2020 could be understood as an absolute success.

It goes without saying that behind this overall figure there are very different circumstances at an individual level in each of the companies of the sector, both in their international and domestic commercial relations, so that, at a general level, a majority of them have suffered a very clear loss of business, which, after the studies carried out, is estimated at 19%, sometimes reaching up to 50%. This highlights, on the one hand, the strength of the foreign sector and the differentiated positioning of our companies in international markets, and on the other hand the weakness of domestic demand.

Analyzing the relevance of certain destinations, the negative effect generated by the decline of two references, the United States and the United Kingdom, once again stands out. It should be remembered that for many years they were the main recipients of exports from Alicante, occupying the first two places in the ranking and almost 40% of the total turnover. This hegemony was lost in recent years as a result of sharp falls that relegated them to 4th and 7th place respectively and reduced the sum of their demand to 14%. However, in 2019 increases of 3.1% and 39.1% seemed to show that these markets could wake up from this lethargy. But this hope was dashed in 2020 with further significant falls of 18.1% and 33.5% respectively.

## TAPIS ET MOQUETTES

**Le secteur des tapis et moquettes d'Alicante maintient ses niveaux d'exportation pratiquement stables malgré le fort impact de la pandémie mondiale de COVID-19.**

Les exportations valenciennes du secteur des tapis et moquettes en 2020 ont subi une baisse de 2,8% par rapport à l'année précédente, générant ainsi un tournant sur l'augmentation croissante réalisée au cours des huit années précédentes qui avait atteint 169%.

Comme nous l'avons conclu à la fin de l'exercice 2019, cette année a représenté un ralentissement significatif de ces indices, détectant le début d'un cycle économique à la baisse et même le prélude d'une nouvelle crise. Cependant, avec le déclenchement de la pandémie, la situation a évolué rapidement et cette situation négative s'est accélérée jusqu'à des limites inattendues. Ainsi, les données d'exportation pour les mois de mars et avril 2020 nous montrent des baisses de 35% et de 45% respectivement, maintenant cette dynamique négative les mois suivants, bien qu'avec des ratios beaucoup plus modérés. Après six mois, les chiffres obtenus en septembre, octobre et novembre, des hausses de 22%, 45% et 62% respectivement, ont fait entrevoir un changement de tendance et une reprise, mais finalement amortie par une nouvelle baisse en décembre, spécifiquement de 25%, ce qui pourrait s'expliquer par l'apparition de nouvelles résurgences de COVID19.

Avec de tels antécédents, on pourrait affirmer que, face à l'une des réalités les plus hostiles et complexes vécues depuis de nombreuses décennies, la perte d'activité d'exportation dans le secteur valencien des tapis et moquettes en 2020 a été minime, un chiffre encore plus bas, si nous le limitons à la province d'Alicante, principal noyau productif de la région, de -0,2%, soit pratiquement le même montant qu'en 2019. Dans de telles circonstances, on pourrait conclure que le chiffre global pour 2020 peut être considéré comme un succès absolu.

Il va sans dire que derrière ce chiffre global se cachent des circonstances très différentes au niveau individuel dans chacune des entreprises du secteur, tant dans leurs relations commerciales internationales que nationales, de telle sorte que, au niveau général, une majorité des entreprises ont subi une perte d'activité très nette qui, après les études réalisées est estimée à 19%, mais atteint parfois 50%. Cela met en évidence d'une part la force du secteur étranger et le positionnement différencié de nos entreprises sur les marchés internationaux, et d'autre la faiblesse de la demande intérieure.

En analysant l'importance de certaines destinations, on remarque l'effet négatif provoqué par la baisse de deux marchés de référence, les États-Unis et le Royaume-Uni. Il convient de rappeler que pendant de nombreuses années, ils ont été les principaux destinataires des exportations d'Alicante, occupant les deux premières positions du classement et près de 40% du chiffre d'affaires total. Cette hégémonie a été perdue ces dernières années à la suite de fortes baisses qui les ont relégués respectivement à la 4e et 7e place en réduisant la somme de leur demande à 14%. Cependant, en 2019 des augmentations de 3,1% et 39,1% semblaient signaler que de tels marchés pourraient se réveiller de leur léthargie. Mais cet espoir a été déçu en 2020 en raison de nouvelles chutes significatives, respectivement 18,1% et 33,5%.

## TEPPICHE UND AUSLEGWARE

**Der Alicante-Sektor für Teppiche und Teppichwaren hält sein Exportniveau trotz der starken Auswirkungen der globalen Pandemie von COVID-19 praktisch stabil.**

Valencianischen Exporte von Teppiche- und Teppichwaren im Jahr 2020 endete mit einem Rückgang von 2,8% gegenüber dem Vorjahr, was einen Wendepunkt für den in den letzten acht Jahren erzielten Anstieg von 169% darstellt.

Wie bereits zum Ende des Geschäftsjahres 2019 abgeschlossen, bedeutete dieses Jahr eine deutliche Verlangsamung dieser Indizes, die den Beginn eines Abwärtszyklus des Konjunkturzyklus und sogar den Auftakt einer neuen Krise feststellte. Mit dem Ausbruch der Pandemie entwickelte sich die Situation jedoch schnell und diese negative Situation beschleunigte sich auf unerwartete Grenzen. Die Exportdaten für die Monate März und April 2020 zeigten daher einen Rückgang von 35% bzw. 45%, wobei diese negative Dynamik in den folgenden Monaten beibehalten wurde, wenn auch mit viel moderateren Verhältnissen. Nach einem halben Jahr und nach den Zahlen von September, Oktober und November war eine Veränderung des Trends und der Erholung zu erkennen, die jeweils einen Anstieg von 22%, 45% und 62% erreichte, aber schließlich durch einen neuen Rückgang von abgefedert wurde Dezember, insbesondere 25%, was durch das Auftreten neuer COVID19-Ausbrüche erklärt werden könnte.

Angesichts dieser Vorgeschichte konnte festgestellt werden, dass angesichts einer der feindlichsten und komplexesten Realitäten seit vielen Jahrzehnten der Verlust der Exportaktivität im valencianischen Teppich- und Teppichsektor im Jahr 2020 minimal war, ein Wert, der sogar noch niedriger ist, wenn wir beschränken uns auf die Provinz Alicante, den Hauptproduktionskern der Region mit -0,2%, dh praktisch den gleichen Betrag wie 2019. Unter diesen Umständen könnte der Schluss gezogen werden, dass die globalen Daten für 2020 verstanden werden könnten als absoluter Erfolg.

Es versteht sich von selbst, dass hinter dieser globalen Zahl in jedem der Unternehmen der Branche auf individueller Ebene sehr unterschiedliche Umstände stehen, sowohl in ihren internationalen als auch in ihren nationalen Geschäftsbeziehungen, so dass auf allgemeiner Ebene die Mehrheit der Unternehmen die Unternehmen Sie haben einen sehr deutlichen Geschäftsverlust erlitten, der nach den durchgeführten Studien auf 19% geschätzt wird und manchmal 50% erreicht. Dies unterstreicht zum einen die Stärke des Auslandssektors und die differenzierte Positionierung unserer Unternehmen auf den internationalen Märkten sowie die Schwäche der Inlandsnachfrage.

Bei der Analyse der Relevanz bestimmter Ziele fällt erneut der negative Effekt auf, der durch den Rückgang von zwei Benchmarks wie den Vereinigten Staaten und den Vereinigten Königreich hervorgerufen wird. Es sei daran erinnert, dass sie viele Jahre lang die Hauptempfänger von Alicante-Exporten waren und die ersten beiden Positionen in der Rangliste und fast 40% des Gesamtumsatzes einnahmen. Diese Hegemonie ging in den letzten Jahren aufgrund starker Rückgänge verloren, die sie auf den 4. bzw. 7. Platz verwiesen und die Summe ihrer Nachfrage auf 14% reduzierten. Im Jahr 2019 schien es jedoch so, als könnten solche Märkte aus dieser Lethargie erwachen und Zuwächse von 3,1% bzw. 39,1% erzielen. Diese Hoffnung wurde jedoch im Jahr 2020 durch neue signifikante Rückgänge von 18,1% bzw. 33,5% zunichte gemacht.





unifam

Otras circunstancias relevantes que han contribuido a conseguir esta estabilidad en los índices del ejercicio han sido, por un lado, el potente aumento de Corea del Sur, Rumanía, República Checa y Grecia con aumentos del 375,3%, 61,3%, 48,8% y 25,6% respectivamente, la consolidación de determinados mercados fundamentales para el sector, como Portugal y Francia, en estos momentos los dos primeros mercados destino de las exportaciones valencianas, con incrementos del 6,7% y 13,3%, a los que se suman Bélgica y Países Bajos (con repuntes del 5,1% y 12,2%), y el mantenimiento de Alemania. Por el lado de las caídas que han contribuido a compensar estas noticias favorables se encuentran Italia e Irlanda con importantes bajadas del 20,1% y 27,3%. Finalmente, Argelia experimenta una reducción del 4,2%.

El ejercicio 2021 se afronta con alta dosis de incertidumbre, aunque a su vez, esperanzados con que los efectos de vacunas y fármacos sean positivos y favorables, generando una reducción del riesgo, un aumento de la confianza del consumidor y, por tanto, una reactivación económica.

Con todo ello, nuevamente, factores externos a la gestión empresarial están afectando muy negativamente a las relaciones comerciales internacionales, dinamitando el clima de estabilidad que precisa el mercado y las empresas para demostrar su capacidad, conocimiento y talento, generando con ello, la diferenciación derivada de sus altos valores añadidos distintos al precio.

Aún con ello, se ha puesto de manifiesto, una vez más, el esfuerzo empresarial constante para poder adaptarse a los cambios del entorno, por muy desfavorables que sean, cubriendo la demanda de mercados absolutamente dispares y diferentes. Precisamente este compromiso es el que ha permitido en los últimos nueve años transformar el sector y conseguir estas cotas de exportación, posibilitando, a su vez, que esta realidad actual castigue en menor medida sus cifras de negocio.

*Fuente: Unión Nacional de Fabricantes de Alfombras, Moquetas, Revestimientos e Industrias Afines Auxiliares (UNIFAM).*

Other relevant circumstances that have contributed to achieve this stability in the indexes of the year have been: the strong rise in South Korea, Romania, Czech Republic and Greece (with increases of 375.3%, 61.3%, 48.8% and 25.6% respectively), the consolidation of certain key markets for the sector, such as Portugal and France, currently the top two destination markets for Valencian exports (with increases of 6.7% and 13.3%), in addition to Belgium and the Netherlands (with increases of 5.1% and 12.2%), and the constancy of Germany. On the downside, Italy and Ireland contributed to offsetting this favorable news, with significant decreases of 20.1% and 27.3%. Finally, Algeria experienced a reduction of 4.2%.

Our sector is facing a high degree of uncertainty in 2021, although we are hopeful that the effects of vaccines and drugs will be positive and favorable, generating a reduction in risk, an increase in consumer confidence and, therefore, an economic reactivation.

Once again, factors external to business management are having a very negative effect on international trade relations, undermining the climate of stability that the market and companies need to prove their capacity, knowledge and talent, thereby generating the differentiation derived from their high added values other than price.

Even so, the constant business efforts to be able to adapt to changes in the environment, no matter how unfavorable they may be, has become evident once again, covering the demand of absolutely uneven and different markets. It is precisely this commitment that has made it possible to transform the sector over the last nine years and to achieve these export levels, making it possible, in turn, for the present reality to have a lesser impact on the company's business figures.

*Source: National Union of Carpets, Rugs and Coverings Manufacturers and Auxiliary and Related Industries (UNIFAM).*

D'autres circonstances pertinentes qui ont contribué à atteindre cette stabilité des indices pour l'année ont été d'une part, la forte progression de la Corée du Sud, de la Roumanie, de la République Tchèque et de la Grèce avec des montées de 375,3%, 61,3%, 48,8 % et 25,6% respectivement, la consolidation de certains marchés clés pour le secteur, comme le Portugal et la France, actuellement les deux premiers marchés de destination des exportations valenciennes, avec des augmentations de 6,7% et 13,3%, en plus de la Belgique et les Pays-Bas (avec des augmentations de 5,1% et 12,2%), et le maintien de l'Allemagne. Du côté des baisses qui ont contribué à compenser ces nouvelles favorables, on trouve l'Italie et l'Irlande avec des baisses significatives de 20,1% et 27,3%. Enfin, l'Algérie a connu une réduction de 4,2%.

L'exercice 2021 est confrontée à un degré élevé d'incertitude, bien que nous avons bon espoir que les effets des vaccins et des médicaments seront positifs et généreront une réduction du risque, une augmentation de la confiance des consommateurs et, par conséquent, une réactivation économique.

Une fois de plus, des facteurs externes à la gestion des entreprises ont un impact très négatif sur les relations commerciales internationales, sapant le climat de stabilité dont le marché et les entreprises ont besoin pour démontrer leur capacité, leurs connaissances et leur talent, générant ainsi la différenciation dérivée de leurs hautes valeurs ajoutées autres que le prix.

Malgré cela, à nouveau l'effort constant des entreprises pour pouvoir s'adapter aux changements de l'environnement, aussi défavorables qu'ils soient, répondant à la demande de marchés absolument hétérogènes et différents est devenu évident. C'est précisément cet engagement qui a permis au cours des neuf dernières années de transformer le secteur et d'atteindre ces niveaux d'exportation, permettant à son tour que la réalité actuelle soit moins défavorable pour leurs chiffres d'affaires.

*Source: Union Nationale des Fabricants de Tapis, de Moquettes, de Revêtements et des Industries Connexes et Auxiliaires (UNIFAM).*

Weitere relevante Umstände, die zur Erreichung dieser Stabilität in den Indizes für das Jahr beigetragen haben, waren zum einen der starke Anstieg in Südkorea, Rumänien, der Tschechischen Republik und Griechenland mit einem Anstieg von 375,3%, 61,3%, 48,8 % bzw. 25,6%, die Konsolidierung bestimmter grundlegender Märkte für den Sektor wie Portugal und Frankreich, derzeit die beiden Hauptzielmärkte für valencianische Exporte, mit Zuwächsen von 6,7% bzw. 13,3%, zu denen Belgien und die Niederlande hinzukommen ( mit Zuwächsen von 5,1% und 12,2%) und der Aufrechterhaltung Deutschlands. Auf der Seite der Rückgänge, die dazu beigetragen haben, diese günstigen Nachrichten auszugleichen, stehen Italien und Irland mit deutlichen Rückgängen von 20,1% und 27,3%. Schließlich verzeichnet Algerien einen Rückgang von 4,2%.

Die Übung 2021 ist mit einer hohen Dosis an Unsicherheit konfrontiert, hofft jedoch gleichzeitig, dass die Auswirkungen von Impfstoffen und Arzneimitteln positiv und günstig sein werden, was zu einer Verringerung des Risikos, einer Erhöhung des Verbrauchervertrauens und damit zu einer wirtschaftlichen Reaktivierung führt .

Bei alledem wirken sich wiederum Faktoren außerhalb der Unternehmensführung sehr negativ auf die internationalen Handelsbeziehungen aus und dynamisieren das Stabilitätsklima, das der Markt und die Unternehmen benötigen, um ihre Kapazität, ihr Wissen und ihre Talente unter Beweis zu stellen, und erzeugen so die daraus abgeleitete Differenzierung ihres Hochs andere Mehrwert (werte) als der Preis.

Genau diese Verpflichtung hat es in den letzten neun Jahren ermöglicht, den Sektor zu transformieren und diese Exportniveaus zu erreichen, was es dieser gegenwärtigen Realität wiederum ermöglicht, seine Geschäftszahlen in geringerem Maße zu bestrafen.

*Quelle: Nationaler Verband der Hersteller von Teppichen, Auslegewaren, Verkleidungen und ähnlicher Industrien (UNIFAM).*



Consejo Regulador  
de Jijona y Turrón de Alicante

## TURRÓN

### El turrón resiste al efecto COVID-19.

La campaña del sector del turrón con Indicación Geográfica Protegida de 2020, a pesar de la incertidumbre comercial a la que se ha visto sometida el mercado global por la situación sanitaria desde sus inicios por marzo de 2020, resiste durante la campaña, sobre todo por el buen comportamiento del consumo interior, con una producción aprox. de 4.000.000 Kg de Turrón amparado y un peso medio por tableta de 230g.

A pesar del descenso sufrido respecto a una campaña 2019 de consolidación en el mercado, se cierra la temporada 2020 con aprox. 17.500.000 tabletas de turrón protegido, certificadas por el servicio de control de su Consejo Regulador, y que han sido comercializadas en los diferentes puntos de venta, con sus correspondientes etiquetas de garantía al consumidor, en sus respectivos formatos de peso y bajo las distintas marcas comerciales registradas ante la entidad por los distintos operadores inscritos.

A pesar de los inconvenientes de mercado derivados de la pandemia, en esta última campaña, ha sido inscrita una nueva empresa en su censo de operadores envasadores-comercializadores, y ya son 24 los operadores inscritos como tales ante el Consejo Regulador - CRIGPJTA, lo que revela una emergente dinamización de mercantiles interesadas o confiadas en la eficaz estrategia de desarrollo sostenible en nuestro terruño por la promoción y valorización de nuestro turrón amparados bajo las IGP's Jijona y Turrón de Alicante - Alimentos de Calidad Diferenciada de la provincia de Alicante, contando para ello con un total de 446 marcas comerciales inscritas - 86 marcas propias y 360 marcas no propias - de las cuales la mayoría son pequeñas marcas de comercializadores jijonencos que reparten su venta de turrón por toda la geografía española, en portales, mercados, tiendas o kioscos tradicionales de recocado prestigio, acreditación y calidad.

Jijona, La Cuna del Turrón, a través de su Consejo Regulador, sigue velando año tras año, por el registro, el control, la certificación, la defensa, la promoción y el prestigio de los turrónes elaborados en su término municipal de Jijona por parte de sus operadores inscritos. En total, han sido más de 2.600 referencias de producto - entre las distintas líneas de producto: Turrón en tabletas, Turrón a granel, Turrón en crema o pasta - las certificadas por el CRIGPJTA durante su Plan Anual de Certificación, enmarcado en 3 subplanes de control e inspección: Turrón Líquido (de mayo a septiembre) / Turrón Exportación (de Agosto a Octubre) / Turrón Nacional (de Septiembre a Diciembre).

La desestacionalización del producto de la época navideña, es otra de las líneas de desarrollo implementadas desde el sector. Las nuevas tendencias de mercado por alimentos saludables y funcionales junto a la espectacular revolución culinaria del Siglo XXI, ha permitido al Ente Regulador investigar y desarrollar con el turrón como ingrediente en las cocinas de los más prestigiosos restauradores - desde la innovación en ensaladas y entrantes, como guarnición y relleno de primeros y segundos platos, por supuesto como complemento de deliciosos tipos de postres,... hasta terminar el menú con un excelente y placentero maridaje de sus turrónes con la diversidad de productos sibaritas del mercado. En esta línea, de mercado cabe remarcar las cerca de las 150 Tm. de Turrón de Jijona en crema o pasta, que son comercializadas y que tienen como destino las despensas de distintas áreas de mercado como la restauración, sector de repostería y confitería, repostería, panadería y bollería, galletería y lácteos, y sobre todo el Sector del Helado, donde la variedad Helado de Turrón, es una de las más vendidas durante el verano.

Fuente: Consejo Regulador de las Indicaciones Geográficas Protegidas "Jijona" y "Turrón de Alicante".

## "TURRÓN" (NOUGAT)

### Nougat resists the COVID-19 effect.

The sector of nougat with Protected Geographical Indication has resisted during the 2020 campaign despite the commercial uncertainty to which the global market has been subjected due to the health crisis since March 2020. Thanks above all to the good performance of domestic consumption, the production of nougat covered by the PGI reached in 2020 around 4,000,000 kg with an average weight per tablet of 230g.

Although the 2020 season showed a decrease with respect to a 2019 campaign of consolidation in the market, it closed with approximately 17,500,000 protected nougat tablets, certified by the control service of its Regulatory Council, and which have been marketed in the different points of sale, with their corresponding consumer guarantee labels, in their respective weight formats and under the different registered trademarks by the different registered operators.

Despite the market inconveniences derived from the pandemic, in this last campaign, a new company has been registered in the list of packers-marketers operators, and there are already 24 operators registered as such with the Regulatory Council (CRIGPJTA), which reveals a growing dynamization of businesses interested in or trusting the effective strategy of sustainable development in our terroir for the promotion and valorization of our nougat protected under the IGP's Jijona and Turrón de Alicante - Differentiated Quality Foods of the province of Alicante, with a total of 446 registered commercial brands - 86 own brands and 360 non-own brands - of which the majority are small brands of marketers from Jijona who distribute their sale of nougat throughout the Spanish geography, in portals, markets, stores or traditional kiosks of well-known prestige, accreditation and quality.

Jijona, La Cuna del Turrón (Cradle of Nougat), continues to ensure through its Regulatory Council, the registration, control, certification, defense, promotion and prestige of the nougat made in the municipality of Jijona by its registered operators. In total, there have been more than 2,600 product references - among the different product lines: Turrón in tablets, Turrón in bulk, Turrón in cream or paste - certified by the CRIGPJTA during its Annual Certification Plan, framed in 3 control and inspection sub-plans: Liquid Turrón (from May to September) / Export Turrón (from August to October) / National Turrón (from September to December).

The deseasonalization of the product out of the Christmas period is another of the development lines implemented by the sector. The new market trends for healthy and functional foods together with the spectacular culinary revolution of the 21st century, has allowed the Regulatory Body to investigate and develop nougat as an ingredient in the kitchens of the most prestigious restaurateurs - from the innovation in salads and starters, as a garnish and filling for first and second courses, of course as a complement to delicious types of desserts... to end the menu with excellent and pleasant pairings of nougat with a whole range of gourmet products. Along these lines, it should be noted that about 150 MT of Turrón de Jijona in cream or paste are marketed and reach different market areas such as restaurants, confectionery, bakery and pastry sectors, biscuits, dairy products, and especially the ice cream sector, where the ice cream variety Turrón is one of the bestsellers during the summer.

Source: Council Regulating the Protected Geographical Names of "Jijona" and "Turrón de Alicante".

## NOUGAT

### Le nougat résiste à l'effet COVID-19.

Le secteur du nougat à Indication Géographique Protégée a résisté durant la campagne 2020 malgré l'incertitude commerciale à laquelle le marché mondial a été soumis en raison de la crise sanitaire depuis mars 2020. Grâce surtout à la bonne performance de la consommation domestique, la production de Nougat couvert par l'IGP a atteint en 2020 env. 4.000.000 kg avec un poids moyen par comprimé de 230g.

Bien que la saison 2020 a affiché une baisse par rapport à une campagne 2019 de consolidation sur le marché, elle a fermé avec env. 17.500.000 tablettes de nougat protégé, certifiées par le service de contrôle de son Conseil Régulateur, qui ont été commercialisées dans les différents points de vente, avec leurs étiquettes de garantie consommateur correspondantes, dans leurs formats de poids respectifs et sous les différentes marques déposées auprès de l'entité par les différents opérateurs enregistrés.

Malgré les inconvénients sur le marché dérivés de la pandémie, dans cette dernière campagne, une nouvelle entreprise a été inscrite dans le recensement des opérateurs conditionneurs-distributeurs, et il y a déjà 24 opérateurs enregistrés au Conseil Régulateur (CRIGPJTA), ce qui révèle une dynamisation émergente d'entreprises intéressées ou faisant confiance à la stratégie efficace de développement durable de notre terroir pour la promotion et la valorisation de notre nougat protégé sous les IGP Jijona et Turrón de Alicante - Aliments de Qualité Différenciée de la province d'Alicante, comptant pour cela avec un total de 446 marques commerciales enregistrées - 86 marques propres et 360 marques non propres - dont la majorité sont de petites marques de commerçants de Jijona qui distribuent leur vente de nougat dans toute la géographie espagnole, dans des portails, des marchés, des magasins ou des kiosques traditionnels de prestige, accréditation et qualité bien connus.

Jijona, La Cuna del Turrón (Berceau du Nougat), par le biais de son Conseil Régulateur, continue de garantir, année après année, l'enregistrement, le contrôle, la certification, la défense, la promotion et le prestige du nougat fabriqué dans la municipalité de Jijona par ses opérateurs enregistrés. Au total, il y a eu plus de 2.600 références de produits - parmi les différentes lignes de produits: Turrón en tablette, Turrón en vrac, Turrón en crème ou en pâte - certifiées par le CRIGPJTA lors de son Plan de Certification Annuel, encadré en 3 sous-plans de contrôle et inspection: Turrón Liquide (de mai à septembre) / Turrón Exportation (d'août à octobre) / Turrón National (de septembre à décembre).

La désaisonnalisation du produit hors de la période de Noël est une autre des lignes de développement mises en œuvre par le secteur. Les nouvelles tendances du marché vers les aliments sains et fonctionnels, ainsi que la spectaculaire révolution culinaire du 21e siècle, ont permis à l'organisme régulateur l'étude et le développement du nougat comme ingrédient dans les cuisines des restaurateurs les plus prestigieux - en commençant par l'innovation dans les salades et les hors d'œuvre, comme farce ou garniture pour entrées et plats principaux, bien sûr en complément de délicieux types de desserts, ... et en finissant le menu par un excellent et agréable mariage de nos nougats avec une diversité de produits gourmets du marché. Dans ce sens, il convient de noter qu'environ 150 Tm. du nougat de Jijona en crème ou en pâte sont commercialisés et atteignent différents marchés tels que la restauration, la confiserie, la boulangerie et la pâtisserie, les biscuits, les produits laitiers, et en particulier le secteur de la crème glacée, où la variété Nougat Glacé est l'une des plus vendues pendant l'été.

Source: Conseil Régulateur des Indications Géographiques Protégées "Jijona" et "Turrón de Alicante".

## TURRÓN

### Der Nougat widersteht dem COVID-19-Effekt.

Der Nougatsektor mit geschützter geografischer Angabe hat sich während der 2020 Kampagne trotz der wirtschaftlichen Unsicherheit widersetzt, (der der Weltmarkt seit März 2020 aufgrund der Gesundheitskrise ausgesetzt war). Vor allem dank der guten Leistung des Inlandsverbrauchs, der Produktion von Nougat abgedeckt durch die IGP im Jahr 2020 erreicht ca. 4.000.000 kg bei einem Durchschnittsgewicht pro Tablette von 230 g.

Trotz des Rückgangs im Vergleich zu einer Konsolidierungskampagne auf dem Markt im Jahr 2019, endet die Saison 2020 mit ca. 17.500.000 geschützte Nougat-Tabletten. Diese wurden vom Kontrolldienst zertifiziert und an den verschiedenen Verkaufsstellen mit den entsprechenden Verbrauchergarantie in ihren jeweiligen Gewichtsformaten und unter den verschiedenen Marken vermarktet.

Trotz der Marktprobleme, die sich aus der Pandemie ergeben hat, wurde in dieser letzten Kampagne ein neues Unternehmen in die Zählung der Betreiber von Abfüllvermarktern aufgenommen, und es sind bereits 24 Betreiber als solche vor dem Regulierungsrat registriert worden -CRIGPJTA-, was eine sich abzeichnende Dynamik aufzeigt von Unternehmen, die an der wirksamen Strategie der nachhaltigen Entwicklung in unserem Terroir zur Förderung und Aufwertung unseres Nougats interessiert sind, oder darauf vertrauen, das unter den IGP's Jijona und Turrón de Alicante - Differenzierte Qualitätslebensmittel der Provinz Alicante geschützt ist, mit insgesamt 446 eingetragene Handelsmarken - 86 Eigenmarken und 360 Nicht-Eigenmarken - von denen die Mehrheit kleine Marken von Jijonencos-Vermarktern sind, die ihren Verkauf von Nougat in der gesamten spanischen Geographie, in Portalen, Märkten, Geschäften oder traditionellen Kiosken von bekanntem Prestige vertreiben; Akkreditierung und Qualität.

Jijona, La Cuna del Turrón (die Wiege des Nougats), gewährleistet über seinen Regulierungsrat Jahr für Jahr die Registrierung, Kontrolle, Zertifizierung, Verteidigung, Förderung und das Ansehen des in der Gemeinde Jijona von seinen registrierten Betreibern hergestellten Nougats. Insgesamt gab es mehr als 2.600 Produktreferenzen - unter den verschiedenen Produktlinien: Turrón in Tabletten, Nougat in loser Schüttung, Nougat in Sahne oder Nudeln) - diejenigen, die von der CRIGPJTA im Rahmen ihres jährlichen Zertifizierungsplans zertifiziert wurden und in drei Unterpunkten zusammengefasst sind Kontrolle und Inspektion: Flüssiges Nougat (von Mai bis September) / Export-Nougat (von August bis Oktober) / Nationales Nougat (von September bis Dezember).

Die saisonale Anpassung des Produkts der Weihnachtszeit ist eine weitere, von der Branche umgesetzte, Entwicklungslinie. Die neuen Markttrends für gesunde und funktionelle Lebensmittel zusammen mit der spektakulären kulinarischen Revolution des 21. Jahrhunderts haben es der Regulierungsbehörde ermöglicht, Nougat als Zutat in den Küchen der renommiertesten Gastronomen zu untersuchen und zu entwickeln - von der Innovation bei Salaten und Vorspeisen, als Beilage und Füllung für den ersten und zweiten Gang, natürlich als Ergänzung zu köstlichen Dessertsorten, ... bis das Menü mit einer exzellenten und angenehmen Kombination seines Nougats mit der Vielfalt der auf dem Markt befindlichen Gourmet Produkte abgeschlossen ist. In diesem Sinne ist anzumerken, dass etwa 150 Tonnen von Jijona Nougat in Sahne oder Pasta vermarktet werden und erreichen verschiedene Marktbereiche wie Catering, Süßwaren, Back- und Gebäcksektor, Kekse, Milchprodukte und insbesondere den Eissektor, wo die Eissorte von Nougat ist in Sommer eine der Bestseller.

Quelle: Kontrollrat der Geschützten Geographischen Bezeichnungen "Jijona" und "Turrón de Alicante".