

artículos

Articles

Articles

Artikel





ECONOMÍA MUNDIAL

La economía global en 2024 ha mostrado una resiliencia moderada, con un crecimiento proyectado del 3,2%, manteniéndose estable respecto a 2023. Este desempeño se da en un contexto de tensiones geopolíticas y políticas comerciales proteccionistas, como los recientes aranceles implementados por Estados Unidos, que han generado incertidumbre en los mercados internacionales.

La inflación mundial continúa su tendencia descendente, estimándose en un 5,9% para 2024, tras el 6,8% registrado en 2023. Se espera que esta disminución continúe en 2025, alcanzando un 4,5%, acercándose así a los objetivos de los bancos centrales, especialmente en las economías avanzadas.

La inteligencia artificial (IA) sigue transformando el mercado laboral global. Se estima que alrededor del 40% de los empleos a nivel mundial podrían verse afectados por la IA, ya sea mediante la automatización de tareas o complementando las funciones humanas. Si bien esta tecnología promete mejoras en la productividad y el crecimiento económico, también plantea desafíos significativos en términos de empleo y equidad social.

En las economías emergentes, el impacto de la IA dependerá en gran medida de la infraestructura digital disponible, el acceso a la formación técnica y la capacidad institucional. Sin medidas específicas que garanticen la inclusión tecnológica y protejan a los colectivos vulnerables, existe el riesgo de que se profundicen las desigualdades globales. Por ello, distintos organismos multilaterales insisten en la necesidad de una gobernanza internacional coordinada para asegurar un desarrollo tecnológico equitativo.

Zona Euro

En 2024, la economía de la zona euro experimentó un crecimiento del 0,7%, una mejora respecto al estancamiento de 2023, pero aún por debajo de las expectativas. El último trimestre del año no registró crecimiento, reflejando los desafíos persistentes en la región.

El comercio intraeuropeo mostró signos de recuperación, con un aumento del 1,5% en las exportaciones de bienes entre los países miembros, alcanzando un total de 4.200.000 millones de euros. Alemania, Francia e Italia se mantuvieron como los principales socios comerciales dentro de la Unión Europea.

Las tensiones geopolíticas, incluyendo los conflictos en Ucrania y Oriente Medio, así como los ataques en el Mar Rojo, han afectado las rutas comerciales, incrementando los costos de transporte y generando incertidumbre en los mercados. Estas situaciones han impactado negativamente en la confianza empresarial y en la actividad manufacturera de la región.

A pesar de este entorno, se observan diferencias sectoriales relevantes: mientras el sector servicios, especialmente turismo y tecnologías de la información, mantiene cierta expansión, la industria sigue mostrando debilidad. Las condiciones financieras restrictivas continúan afectando la in-

WORLD ECONOMY

In 2024, the global economy demonstrated moderate resilience, with projected growth of 3.2%, remaining stable compared to 2023. This performance has taken place in a context marked by increasing geopolitical tensions and protectionist trade policies—such as new tariffs imposed by the United States—which have heightened uncertainty in international markets.

Global inflation continues on a downward trend, estimated at 5.9% for 2024, compared to 6.8% in 2023. This decline is expected to continue in 2025, reaching 4.5%, thereby bringing price levels closer to the targets of major central banks, especially in advanced economies.

Artificial Intelligence (AI) continues to transform the global labour market. It is estimated that approximately 40% of jobs worldwide could be impacted—either through automation or by enhancing human tasks. While AI offers the promise of significant productivity gains and economic growth, it also presents substantial challenges regarding job displacement and social equity.

In emerging economies, the benefits of AI will largely depend on the availability of digital infrastructure, access to technical training, and the capacity of institutions to accompany this transition. Without inclusive public policies, there is a significant risk that global inequalities will deepen. As a result, various multilateral organisations are calling for coordinated international governance to ensure a fair and inclusive technological transformation.

Eurozone

In 2024, the Eurozone economy recorded growth of 0.7%, a slight improvement over the stagnation of 2023, although it fell short of earlier expectations. The fourth quarter ended with zero growth, highlighting persistent structural difficulties within several member states.

Intra-EU trade showed signs of recovery, with a 1.5% increase in goods exports among member states, totalling €4.2 trillion. Germany, France, and Italy remained the EU's primary commercial partners.

Geopolitical tensions—including ongoing conflicts in Ukraine and the Middle East, along with attacks in the Red Sea—have disrupted major shipping routes, driving up logistics costs and fuelling business uncertainty. These developments have significantly hindered industrial recovery across several key sectors.

Nonetheless, sector-specific trends reveal a more nuanced picture: while the services sector—particularly tourism and digital technologies—has shown resilience, industrial output remains subdued. Continued financial constraints are limiting investment, especially in southern European economies. However, easing inflation and the prospect of a more accommodative monetary policy may create a more favourable environment heading into 2025.

ÉCONOMIE MONDIALE

En 2024, l'économie mondiale a fait preuve d'une résilience modérée, avec une croissance estimée à 3,2 %, se maintenant au même niveau qu'en 2023. Cette performance s'inscrit dans un contexte de tensions géopolitiques croissantes et de politiques commerciales protectionnistes, notamment les nouveaux droits de douane imposés par les États-Unis, qui ont accentué l'incertitude sur les marchés internationaux.

L'inflation mondiale poursuit sa tendance à la baisse, estimée à 5,9 % pour 2024, contre 6,8 % en 2023. Cette décélération devrait se poursuivre en 2025 pour atteindre 4,5 %, se rapprochant ainsi des objectifs des principales banques centrales, en particulier dans les économies développées.

L'intelligence artificielle (IA) continue de transformer profondément le marché du travail à l'échelle mondiale. On estime qu'environ 40 % des emplois dans le monde pourraient être affectés – soit par l'automatisation, soit par l'optimisation des tâches humaines. Bien que cette technologie promette d'importants gains de productivité et de croissance, elle soulève également des défis en matière d'équité et de stabilité de l'emploi.

Dans les économies émergentes, l'impact de l'IA dépendra fortement de la disponibilité des infrastructures numériques, de l'accès à l'éducation technologique et de la capacité des institutions à accompagner cette transition. Sans politiques publiques inclusives, le risque est grand de creuser les inégalités mondiales. Face à cela, plusieurs organisations internationales plaident pour une gouvernance coordonnée afin de garantir un déploiement équitable des technologies d'intelligence artificielle.

Zone euro

En 2024, l'économie de la zone euro a enregistré une croissance de 0,7 %, une légère amélioration par rapport à la stagnation de 2023, bien que les attentes initiales n'aient pas été atteintes. Le quatrième trimestre s'est clos sur une croissance nulle, mettant en évidence les difficultés structurelles persistantes dans plusieurs États membres.

Le commerce intra-européen a montré des signes de reprise, avec une hausse de 1,5 % des exportations de biens entre les États membres, atteignant un total de 4.200 milliards d'euros. L'Allemagne, la France et l'Italie sont restées les principaux partenaires commerciaux de l'Union européenne.

Les tensions géopolitiques – notamment les conflits en Ukraine et au Moyen-Orient, ainsi que les attaques en mer Rouge – ont perturbé les principales routes commerciales, entraînant une hausse des coûts logistiques et nourrissant l'incertitude des entreprises. Cela a fortement pesé sur la reprise industrielle dans plusieurs secteurs clés.

Malgré cela, certaines différences sectorielles sont à noter : tandis que les services, en particulier le tourisme et les technologies numériques, poursuivent leur croissance, l'industrie manufacturière reste en retrait. Les conditions financières rigides continuent de limiter les investissements, en particulier dans les pays du sud de l'Europe. Cependant, une inflation mieux maîtrisée et une éventuelle inflexion de la politique monétaire pourraient offrir un contexte plus favorable à partir de 2025.

WELT WIRTSCHAFT

Im Jahr 2024 zeigte die Weltwirtschaft eine moderate Resilienz mit einem prognostizierten Wachstum von 3,2 %, was dem Niveau von 2023 entspricht. Dieses Ergebnis wurde in einem Umfeld zunehmender geopolitischer Spannungen und protektionistischer Handelspolitik erzielt, wie etwa den neuen Zöllen der Vereinigten Staaten, die die Unsicherheit auf den internationalen Märkten verstärkt haben.

Die weltweite Inflation setzt ihren rückläufigen Trend fort und wird für 2024 auf 5,9 % geschätzt - nach 6,8 % im Jahr 2023. Für 2025 wird ein weiterer Rückgang auf 4,5 % erwartet, womit sich die Raten den Inflationszielen der Zentralbanken, insbesondere in den Industrieländern, annähern sollen.

Die Künstliche Intelligenz (KI) verändert weiterhin tiefgreifend den globalen Arbeitsmarkt. Schätzungen zufolge könnten rund 40 % aller Arbeitsplätze weltweit von KI betroffen sein - entweder durch Automatisierung oder durch die Unterstützung menschlicher Tätigkeiten. Während KI Potenzial für Produktivitätssteigerungen und Wirtschaftswachstum bietet, stellt sie auch erhebliche Herausforderungen in Bezug auf Beschäftigungssicherheit und soziale Gerechtigkeit dar.

Besonders in Schwellenländern hängt der wirtschaftliche Nutzen der KI von der Verfügbarkeit digitaler Infrastruktur, Bildungssystemen und staatlicher Unterstützung ab. Ohne gezielte Maßnahmen zur Förderung digitaler Kompetenzen und zum Schutz vulnerabler Bevölkerungsgruppen besteht die Gefahr, dass sich bestehende globale Ungleichheiten weiter verschärfen. Eine internationale Koordinierung wird daher zunehmend als notwendig angesehen, um die Potenziale der KI weltweit gerecht zu nutzen.

Eurozone

Im Jahr 2024 verzeichnete die Wirtschaft der Eurozone ein moderates Wachstum von 0,7 %, was gegenüber der Stagnation von 2023 eine leichte Verbesserung darstellt, jedoch weiterhin unter den Erwartungen liegt. Im vierten Quartal blieb das Wachstum unverändert bei 0 %, was auf anhaltende strukturelle Schwächen in der Region hinweist.

Der innergemeinschaftliche Handel zeigte Anzeichen einer Erholung mit einem Anstieg der Warenexporte zwischen den Mitgliedstaaten um 1,5 %, insgesamt 4,2 Billionen Euro. Deutschland, Frankreich und Italien blieben die wichtigsten Handelspartner innerhalb der Europäischen Union.

Geopolitische Spannungen - einschließlich der Kriege in der Ukraine und im Nahen Osten sowie der Angriffe im Roten Meer - beeinträchtigten Handelsrouten, führten zu höheren Transportkosten und erhöhten die Unsicherheit auf den Märkten. Diese Entwicklungen belasteten das Vertrauen der Unternehmen und erschwerten die Erholung des verarbeitenden Gewerbes.

Dennoch zeigen sektorale Unterschiede innerhalb der Eurozone eine differenzierte Entwicklung: Während der Dienstleistungssektor insbesondere im Bereich Tourismus und IT leichte Wachstumsimpulse liefert, bleibt die Industrie pro-



versión, especialmente en los países del sur de Europa. No obstante, se espera que una inflación más contenida y una política monetaria menos agresiva abran un margen de mejora para 2025.

Alicante

La economía de la provincia de Alicante mantuvo un notable dinamismo en 2024, impulsada por el crecimiento del empleo, el aumento del consumo de los hogares y la expansión del sector turístico.

El mercado inmobiliario mostró una tendencia al alza en los precios, respaldada por el crecimiento poblacional, especialmente debido al aumento de la población extranjera, y por la limitada oferta de vivienda nueva.

Las condiciones de financiación mejoraron ligeramente con el descenso de los tipos de interés, aunque la inversión empresarial se mantuvo en niveles bajos debido a la incertidumbre económica. Se espera que la inversión se recupere gradualmente en 2025, impulsada por la mejora de las condiciones económicas y financieras.

El sector turístico alcanzó máximos históricos en 2024, con un aumento significativo en el número de turistas, tanto nacionales como internacionales. La mejora de las conexiones aéreas en el Aeropuerto de Alicante-Elche y la entrada de nuevos operadores ferroviarios contribuyeron a este crecimiento.

En resumen, 2024 fue un año de desafíos y oportunidades para la economía global, europea y local. Mientras que la economía mundial mostró resiliencia frente a las tensiones geopolíticas y comerciales, la zona euro enfrentó un crecimiento moderado y desafíos estructurales. Por su parte, Alicante destacó por su dinamismo económico, especialmente en el sector turístico, consolidándose como un motor clave en la región.

Además, Alicante comienza a consolidarse como un polo de atracción para sectores tecnológicos emergentes, como la logística inteligente, el turismo médico y las energías renovables. La colaboración entre el tejido empresarial, las instituciones públicas y la Universidad de Alicante está favoreciendo un entorno propicio para la innovación. Esta diversificación económica es vista como una estrategia clave para mejorar la resiliencia futura de la provincia.

Fuentes: Fondo Monetario Internacional, Eurostat, y Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Alicante

Alicante

The economy of the province of Alicante maintained notable dynamism in 2024, driven by employment growth, increased household consumption, and the expansion of the tourism sector.

The real estate market showed an upward trend in prices, supported by population growth—particularly due to the increase in the foreign population—and by the limited supply of new housing.

Financing conditions improved slightly following the reduction in interest rates, although business investment remained subdued due to prevailing economic uncertainty. Investment is expected to recover gradually in 2025, supported by improving economic and financial conditions.

The tourism sector reached record highs in 2024, with a significant increase in the number of both domestic and international visitors. The enhancement of air connectivity at Alicante-Elche Airport and the entry of new railway operators contributed to this growth.

In summary, 2024 was a year of both challenges and opportunities for the global, European, and local economies. While the global economy demonstrated resilience in the face of geopolitical and trade tensions, the euro area experienced moderate growth and continued structural challenges. Alicante, for its part, stood out for its economic dynamism—particularly in the tourism sector—consolidating its position as a key growth engine in the region.

Moreover, Alicante is increasingly establishing itself as a hub for emerging technology sectors such as smart logistics, medical tourism, and renewable energy. Collaboration between the business community, public institutions, and the University of Alicante is fostering an environment conducive to innovation. This economic diversification is regarded as a key strategy for enhancing the province's future resilience.

Sources: International Monetary Fund, Eurostat and Official Chamber of Commerce, Industry, Services and Navigation of Alicante.

Alicante

L'économie de la province d'Alicante a conservé un dynamisme notable en 2024, portée par la croissance de l'emploi, l'augmentation de la consommation des ménages et l'expansion du secteur touristique.

Le marché immobilier a connu une tendance haussière des prix, soutenue par la croissance démographique – notamment en raison de l'augmentation de la population étrangère – et par une offre limitée de logements neufs.

Les conditions de financement se sont légèrement améliorées à la suite de la baisse des taux d'intérêt, bien que l'investissement des entreprises soit resté modéré en raison de l'incertitude économique. Une reprise progressive de l'investissement est attendue en 2025, grâce à l'amélioration des conditions économiques et financières.

Le secteur touristique a atteint des niveaux historiques en 2024, avec une hausse significative du nombre de touristes, tant nationaux qu'internationaux. L'amélioration des connexions aériennes de l'aéroport d'Alicante-Elche et l'arrivée de nouveaux opérateurs ferroviaires ont contribué à cette croissance.

En résumé, 2024 a été une année de défis et d'opportunités pour les économies mondiale, européenne et locale. Tandis que l'économie mondiale a fait preuve de résilience face aux tensions géopolitiques et commerciales, la zone euro a connu une croissance modérée et des difficultés structurelles persistantes. De son côté, Alicante s'est distinguée par son dynamisme économique, notamment dans le secteur touristique, consolidant ainsi son rôle de moteur clé de la région.

Par ailleurs, Alicante commence à s'imposer comme un pôle d'attraction pour les secteurs technologiques émergents, tels que la logistique intelligente, le tourisme médical et les énergies renouvelables. La collaboration entre le tissu entrepreneurial, les institutions publiques et l'Université d'Alicante favorise un environnement propice à l'innovation. Cette diversification économique est perçue comme une stratégie essentielle pour renforcer la résilience future de la province.

Sources : Fonds Monétaire International, Eurostat et Chambre Officielle de Commerce, d'Industrie, de Services et de Navigation d'Alicante.

duction insgesamt gedämpft. Die anhaltend hohe Zinslast erschwert Investitionen in energieintensive Branchen, was insbesondere südeuropäische Länder betrifft. Für 2025 bleibt ein vorsichtiger Optimismus, getragen von einer stabileren Inflationsentwicklung und möglichen Lockerungen der Geldpolitik.

Alicante

Die Wirtschaft der Provinz Alicante zeigte im Jahr 2024 eine bemerkenswerte Dynamik, angetrieben durch das Beschäftigungswachstum, den Anstieg des privaten Konsums und die Expansion des Tourismussektors.

Der Immobilienmarkt verzeichnete einen Aufwärtstrend bei den Preisen, unterstützt durch das Bevölkerungswachstum - insbesondere infolge des Zuzugs ausländischer Einwohner - sowie durch das begrenzte Angebot an Neubauten.

Die Finanzierungskonditionen verbesserten sich leicht durch den Rückgang der Zinssätze, obwohl die Unternehmensinvestitionen angesichts der wirtschaftlichen Unsicherheit weiterhin auf niedrigem Niveau blieben. Für 2025 wird mit einer schrittweisen Erholung der Investitionen gerechnet, gestützt durch verbesserte wirtschaftliche und finanzielle Rahmenbedingungen.

Der Tourismussektor erreichte 2024 historische Höchstwerte, mit einem deutlichen Anstieg der Besucherzahlen sowohl aus dem In- als auch aus dem Ausland. Die Verbesserung der Flugverbindungen am Flughafen Alicante-Elche sowie der Einstieg neuer Bahnunternehmen trugen wesentlich zu diesem Wachstum bei.

Zusammenfassend war 2024 ein Jahr voller Herausforderungen und Chancen für die globale, europäische und lokale Wirtschaft. Während sich die Weltwirtschaft als widerstandsfähig gegenüber geopolitischen und handelspolitischen Spannungen erwies, sah sich der Euroraum mit einem moderaten Wachstum und anhaltenden strukturellen Problemen konfrontiert. Alicante wiederum überzeugte durch seine wirtschaftliche Dynamik, insbesondere im Tourismussektor, und festigte seine Rolle als bedeutender Wachstumsmotor der Region.

Darüber hinaus entwickelt sich Alicante zunehmend zu einem Anziehungspunkt für aufstrebende Technologiebereiche wie intelligente Logistik, Medizintourismus und erneuerbare Energien. Die Zusammenarbeit zwischen dem Unternehmenssektor, öffentlichen Institutionen und der Universität Alicante schafft ein innovationsfreundliches Umfeld. Diese wirtschaftliche Diversifizierung wird als Schlüsselstrategie zur Stärkung der zukünftigen Widerstandsfähigkeit der Provinz angesehen.

Quellen: Internationaler Währungsfonds, Eurostat und Offizielle Handels-, Industrie-, Dienstleistungs- und Schifffahrtskammer von Alicante.



AZAFRÁN, ESPECIAS E INFUSIONES

El crecimiento y consolidación de las empresas no depende únicamente de la fabricación y venta de sus productos. En muchos casos, lo que realmente define su trayectoria es la capacidad de adaptarse, innovar y mantener un compromiso constante con la Excelencia. Esto se hace especialmente visible en sectores tradicionales como el del azafrán en la provincia de Alicante, donde confluyen la herencia cultural, la experiencia acumulada y el impulso exportador que lleva décadas conectando esta tierra con los mercados más exigentes del mundo.

Su estabilidad se ve reflejada en el último informe publicado por Aprecoin - Asociación de Empresas de Especies, Condimentos e Infusiones de la Comunidad Valenciana respecto al personal que desempeña sus funciones, representando en su promedio de personas trabajadoras (computándolas a jornada completa) contratadas por los asociados a APRECOIN (con sus 19 miembros) y que en 2023 fueron un total de 1.084,59, de las cuales 1.011,49 fueron contratadas fijas y 73,10 contratadas no fijas; mientras que en 2022 fueron un total de 1.087,61 y el año 2021 un total de 1.069,34, lo que ratifica un crecimiento estable y sostenido, no fácil de encontrar en todos los sectores industriales de la provincia de Alicante. El citado informe también refleja una segmentación de 55% mujeres y de 45% hombres, caso que no se da ahora provocado por algún tipo de legislación, sino que históricamente en este sector la presencia y vocaciones empresariales de mujeres y su incorporación a las empresas ha sido siempre un factor clave en su evolución, tradición y forma de ser, en igualdad y armonía de trabajo.

Finalmente, si contamos las personas empleadas de modo directo hacen un total de 1.300 personas fijas y eventuales, con una estimación de unos 400 empleos indirectos, lo que refleja la importancia y saber hacer de estas empresas de vanguardia e históricas.

Por lo que, desde estas humildes líneas hagamos más a nivel de empresas, a nivel de asociacionismo y sobre todo a nivel público y político institucional tanto de Gobierno Estatal, como de Gobierno Autónomo para impulsar y dejar de grabar a las empresas familiares que tratan de seguir su rumbo empresarial y emprendedor, queda mucho por hacer en flexibilidad y sentir su apoyo.

Finalmente, y como mención muy especial, al ser el que escribe su hijo, la despedida de D. Antonio Crespo Patró, fallecido el pasado 17 de enero de 2025, una persona luchadora por su empresa, por su familia y productos, una vida y una causa vital dedicada al Azafrán, las Especies e Infusiones, millones de kilómetros, una historia personal que ahora se ve unida a la interminable Historia y camino de nuestra Industria.

*Texto: César Crespo, ha desempeñado su labor profesional en Azaconsa, S.L.
Más información en www.clubempresascentenarias.com*

SAFFRON, SPICES AND INFUSIONS

The growth and consolidation of companies does not depend solely on the manufacturing and sale of their products. In many cases, what truly defines their trajectory is their ability to adapt, innovate, and maintain an unwavering commitment to excellence. This is particularly evident in traditional sectors such as saffron production in the province of Alicante, where cultural heritage, accumulated experience, and a strong export drive—connecting this land with the world's most demanding markets for decades—converge.

This stability is clearly reflected in the most recent report published by APRECOIN - the Association of Spice, Condiment, and Infusion Companies of the Valencian Community - regarding employment figures. The report provides an average number of full-time equivalent employees hired by APRECOIN's 19 member companies, totaling 1,084.59 in 2023, of which 1,011.49 were permanent positions and 73.10 were temporary contracts. In comparison, the total was 1,087.61 in 2022 and 1,069.34 in 2021, thus confirming a stable and sustained growth—something not easily found in all industrial sectors within the province of Alicante.

The report also indicates a workforce composition of 55% women and 45% men. This balance is not the result of recent legislation, but rather reflects the historical reality of the sector: the presence, entrepreneurial spirit, and participation of women have always been key factors in the development, tradition, and working culture of these companies—marked by equality and harmonious collaboration.

Including both permanent and temporary contracts, direct employment in the sector reaches a total of approximately 1,300 individuals, with an estimated 400 indirect jobs. This highlights the significance and expertise of these pioneering and long-established companies.

Therefore, from these humble lines, let us call for greater efforts—from companies, associations, and especially from public and political institutions at both national and regional levels—to support and stop burdening family-run businesses striving to maintain their entrepreneurial path. Much remains to be done in terms of flexibility and genuine institutional support.

Finally, and as a very special mention, as the author is his son, we pay tribute to Mr. Antonio Crespo Patró, who passed away on January 17, 2025—a tireless advocate for his company, his family, and his products. His life and vital mission were dedicated to saffron, spices, and infusions. Millions of kilometers traveled, a personal story now forever entwined with the endless history and journey of our industry.

*Text: César Crespo, professional career at Azaconsa, S.L.
More information at: www.clubempresascentenarias.com*

SAFRANS, ÉPICES ET INFUSIONS

La croissance et la consolidation des entreprises ne dépendent pas uniquement de la fabrication et de la vente de leurs produits. Dans de nombreux cas, ce qui définit véritablement leur trajectoire est leur capacité à s'adapter, à innover et à maintenir un engagement constant envers l'excellence. Cela est particulièrement visible dans des secteurs traditionnels comme celui du safran dans la province d'Alicante, où se conjuguent l'héritage culturel, l'expérience accumulée et l'élan exportateur qui, depuis des décennies, relie ce territoire aux marchés les plus exigeants du monde.

Cette stabilité se reflète clairement dans le dernier rapport publié par l'APRECOIN - Association des Entreprises d'Épices, de Condiments et d'Infusions de la Communauté Valencienne, concernant les effectifs des entreprises membres. Le rapport indique une moyenne de 1 084,59 salariés en équivalent temps plein en 2023 au sein des 19 entreprises associées, dont 1 011,49 en contrats permanents et 73,10 en contrats non permanents. En comparaison, les totaux étaient de 1 087,61 en 2022 et 1 069,34 en 2021, ce qui confirme une croissance stable et soutenue, rare dans d'autres secteurs industriels de la province d'Alicante.

Le rapport met également en évidence une répartition de 55 % de femmes et 45 % d'hommes dans les effectifs. Ce déséquilibre apparent ne résulte pas de mesures législatives récentes, mais reflète une réalité historique : la présence des femmes, leur vocation entrepreneuriale et leur intégration dans les entreprises ont toujours constitué un facteur clé dans l'évolution, la tradition et l'identité de ce secteur, marqué par l'égalité et l'harmonie au travail.

En comptabilisant l'ensemble des contrats permanents et temporaires, le secteur emploie directement environ 1 300 personnes, avec une estimation de 400 emplois indirects, ce qui témoigne de l'importance et du savoir-faire de ces entreprises historiques et tournées vers l'avenir.

Dès lors, à travers ces modestes lignes, appelons à un engagement accru : au niveau des entreprises, des structures associatives, mais surtout au niveau des institutions publiques et politiques, tant nationales que régionales. Il est temps de soutenir, et non de pénaliser, les entreprises familiales qui s'efforcent de poursuivre leur parcours entrepreneurial. Il reste beaucoup à faire en matière de flexibilité et de reconnaissance institutionnelle.

Enfin, et à titre très spécial, puisque l'auteur de ces lignes est son fils, un hommage à M. Antonio Crespo Patró, décédé le 17 janvier 2025, un homme combatif, dévoué à son entreprise, à sa famille et à ses produits. Une vie et une cause consacrées au safran, aux épices et aux infusions. Des millions de kilomètres parcourus, une histoire personnelle désormais liée à l'histoire sans fin de notre industrie.

*Texte : César Crespo, a exercé sa carrière professionnelle chez Azaconsa, S.L.
Plus d'informations sur : www.clubempresascentenarias.com*

SAFRAN, GEWÜRZE UND INFUSIONEN

Das Wachstum und die Konsolidierung von Unternehmen hängen nicht ausschließlich von der Herstellung und dem Verkauf ihrer Produkte ab. In vielen Fällen wird ihr Werdegang vielmehr durch die Fähigkeit bestimmt, sich anzupassen, zu innovieren und ein kontinuierliches Engagement für Exzellenz aufrechtzuerhalten. Dies zeigt sich besonders deutlich in traditionellen Branchen wie der Safranproduktion in der Provinz Alicante, in der kulturelles Erbe, gesammelte Erfahrung und ein ausgeprägter Exportgeist zusammenkommen - ein Geist, der diese Region seit Jahrzehnten mit den anspruchsvollsten Märkten der Welt verbindet.

Diese Stabilität spiegelt sich deutlich im jüngsten Bericht der APRECOIN - Verband der Unternehmen für Gewürze, Kräuter und Aufgussprodukte der Autonomen Gemeinschaft Valencia wider, in dem die Beschäftigtenzahlen der Mitgliedsunternehmen aufgeführt sind. Im Jahr 2023 beschäftigten die 19 Mitgliedsunternehmen durchschnittlich 1.084,59 Vollzeitäquivalente, davon 1.011,49 in unbefristeten Arbeitsverhältnissen und 73,10 in befristeten. Im Vergleich dazu waren es 1.087,61 im Jahr 2022 und 1.069,34 im Jahr 2021, was ein stabiles und nachhaltiges Wachstum belegt - etwas, das nicht in allen Industriezweigen der Provinz Alicante selbstverständlich ist.

Der Bericht weist außerdem auf eine Geschlechterverteilung von 55 % Frauen und 45 % Männern hin - ein Verhältnis, das nicht auf aktuelle gesetzliche Vorgaben zurückzuführen ist. Vielmehr war die Präsenz und das unternehmerische Engagement von Frauen in dieser Branche schon immer ein wesentlicher Faktor für ihre Entwicklung, ihre Tradition und ihre Unternehmenskultur - geprägt von Gleichstellung und einem harmonischen Arbeitsumfeld.

Rechnet man alle festen und temporären Beschäftigten zusammen, ergibt sich eine Gesamtzahl von etwa 1.300 direkt Beschäftigten, hinzu kommen geschätzt 400 indirekte Arbeitsplätze. Dies verdeutlicht die Bedeutung und das Know-how dieser traditionsreichen und zugleich zukunftsorientierten Unternehmen.

Daher sei an dieser Stelle ein Appell gerichtet - an die Unternehmen selbst, an die Verbände, aber vor allem an die öffentlichen und politischen Institutionen auf nationaler wie auch auf regionaler Ebene: Unterstützen wir die familiengeführten Unternehmen, anstatt sie zusätzlich zu belasten, denn sie kämpfen täglich dafür, ihren unternehmerischen Weg fortzusetzen. Es bleibt noch viel zu tun in Bezug auf Flexibilität und spürbare institutionelle Unterstützung.

Zum Schluss, und als ganz besondere Erwähnung - da der Verfasser dieser Zeilen sein Sohn ist - ein Abschied von Herrn Antonio Crespo Patró, der am 17. Januar 2025 verstorben ist: ein Mann, der sich unermüdlich für sein Unternehmen, seine Familie und seine Produkte eingesetzt hat. Ein Leben und eine Berufung, die dem Safran, den Gewürzen und Aufgussprodukten gewidmet waren. Millionen von Kilometern, eine persönliche Geschichte, die nun untrennbar mit der unendlichen Geschichte und dem Weg unserer Branche verbunden ist.

*Text: César Crespo, war beruflich tätig bei Azaconsa, S.L.
Weitere Informationen unter: www.clubempresascentenarias.com*



CALZADO

2024: La industria del calzado español ha mostrado su solidez y su capacidad para avanzar pese a la incertidumbre geopolítica, que ha tensionado los mercados este último año.

Las exportaciones españolas han cerrado 2024 con crecimientos, tanto en volumen como en valor. A pesar de que la tendencia alcista ha marcado la evolución de las exportaciones de calzado a lo largo del año, el sector se muestra cauto en sus previsiones de cara a 2025.

Las exportaciones españolas de calzado han alcanzado los 170,8 millones de pares vendidos por un valor de 3.455,3 millones de euros en 2024. Estos datos representan un incremento del 7,8% en volumen y del 6% en valor respecto al año anterior. Si se comparan las cifras acumuladas de 2024 con 2019 (año prepandemia) se observa que las exportaciones son superiores en un 10% en volumen y un 29% en términos de valor.

La Unión Europea sigue siendo el principal destino de las exportaciones de calzado español. En este sentido, ocupando las primeras posiciones del ranking, se encuentran Italia, Francia, Alemania, Portugal y Polonia. Aunque en el caso del país galo, las exportaciones se han retraído con bajadas en volumen del 13,4% y del 6,9% en valor. También descienden en Países Bajos y Bélgica.

Así destaca la evolución positiva de las exportaciones españolas a Italia, que se sitúa como el principal comprador de calzado español, un discreto repunte en Alemania o el buen comportamiento de Portugal y Grecia, así como países de Europa del Este como Polonia, Rumanía o República Checa.

Fuera de la UE, Estados Unidos mantiene su hegemonía como primer destino extracomunitario y ocupa la sexta posición en términos de valor, creciendo un 7%. No obstante, ha experimentado cierta caída en volumen durante el último ejercicio con un 4,6%. En otros destinos de Norteamérica continúan las caídas en pares como Canadá (-6,7%) y México (-5,4%), aunque más moderadas que en 2023. Reino Unido sigue sin poder detener su evolución negativa.

El sector está lejos de recuperarse en los mercados asiáticos como Japón, China o Corea del Sur. China mejora levemente en volumen, aunque Japón sigue con descensos, tanto en volumen como en valor. Por el contrario, Hong Kong consigue romper con esa tendencia negativa, logrando crecimientos en ambos indicadores.

Las exportaciones de calzado de la Comunitat Valenciana alcanzaron los 1.034,8 millones de euros, representando el 30% de las exportaciones nacionales, con una caída del 11,3% sobre 2023. La provincia de Alicante representa el 94% de esas exportaciones (969 millones de euros) y el 28% del total nacional.

Las empresas de calzado español deben continuar con su apuesta de expansión e internacionalización para avanzar en un escenario complejo, que sigue marcado por las tensiones geopolíticas, la amenaza arancelaria, el efecto inflacionario o la caída del consumo en diversos mercados. Ante este contexto, las empresas del sector se muestran prudentes en sus expectativas.

Fuentes: Federación de Industrias del Calzado Español (FICE), Asociación Valenciana de Empresarios del Calzado (AVECAL)

FOOTWEAR

2024: The Spanish footwear industry has proven its resilience and ability to move forward despite geopolitical uncertainty, which has placed considerable pressure on global markets over the past year.

Spanish exports closed 2024 with growth in both volume and value. Although the upward trend has characterized the evolution of footwear exports throughout the year, the sector remains cautious in its outlook for 2025.

In 2024, Spanish footwear exports reached 170.8 million pairs, amounting to a total value of €3.455 billion. These figures represent an increase of 7.8% in volume and 6% in value compared to the previous year. When compared to pre-pandemic levels in 2019, exports were 10% higher in volume and 29% higher in value.

The European Union continues to be the primary destination for Spanish footwear exports. Leading the rankings are Italy, France, Germany, Portugal, and Poland. However, exports to France declined, with a 13.4% decrease in volume and a 6.9% drop in value. Exports also fell in the Netherlands and Belgium.

Notably, exports to Italy—now the top importer of Spanish footwear—have shown positive growth. There was a modest recovery in Germany, strong performance in Portugal and Greece, and encouraging results in Eastern European markets such as Poland, Romania, and the Czech Republic.

Outside the EU, the United States maintains its position as the leading non-EU destination for Spanish footwear, ranking sixth overall in terms of value with a 7% increase. However, export volume to the U.S. declined by 4.6% over the past year. Other North American markets such as Canada (-6.7%) and Mexico (-5.4%) also registered declines in volume, though these were less severe than in 2023. The United Kingdom continues to experience a persistent downward trend.

Recovery remains elusive in Asian markets such as Japan, China, and South Korea. While China posted a modest increase in volume, Japan continued to see declines in both volume and value. In contrast, Hong Kong bucked the negative trend with growth in both indicators.

Footwear exports from the Valencian Community reached €1.035 billion in 2024, representing 30% of Spain's total footwear exports, though this marked an 11.3% decline compared to 2023. The province of Alicante alone accounted for 94% of the region's exports (€969 million), and 28% of national exports overall.

Spanish footwear companies must continue to prioritize international expansion and diversification in order to progress in a complex environment still shaped by geopolitical tensions, the threat of tariffs, inflationary pressures, and declining consumption in various markets. Given this context, companies in the sector remain cautious in their forecasts.

Sources: Spanish Federation of Footwear Industries (FICE), Association of Shoe Manufacturers of Valencia (AVECAL)

CHAUSSURES

2024: L'industrie espagnole de la chaussure a démontré sa solidité et sa capacité à progresser malgré une conjoncture marquée par l'incertitude géopolitique, qui a exercé une pression importante sur les marchés au cours de l'année écoulée.

Les exportations espagnoles ont clôturé l'année 2024 avec une croissance, tant en volume qu'en valeur. Bien que la demande haussière ait dominé l'évolution des exportations de chaussures tout au long de l'année, le secteur reste prudent quant à ses perspectives pour 2025.

Les exportations espagnoles de chaussures ont atteint 170,8 millions de paires pour une valeur de 3 455,3 millions d'euros en 2024. Ces chiffres représentent une hausse de 7,8 % en volume et de 6 % en valeur par rapport à l'année précédente. Comparées à 2019 (année pré-pandémique), les exportations ont progressé de 10 % en volume et de 29 % en valeur.

L'Union européenne demeure la principale destination des exportations de chaussures espagnoles. En tête du classement figurent l'Italie, la France, l'Allemagne, le Portugal et la Pologne. Toutefois, dans le cas de la France, les exportations ont reculé, avec une baisse de 13,4 % en volume et de 6,9 % en valeur. Des baisses sont également enregistrées aux Pays-Bas et en Belgique.

On note une évolution positive des exportations vers l'Italie, qui devient le principal importateur de chaussures espagnoles, une légère reprise en Allemagne, ainsi qu'une bonne performance au Portugal, en Grèce et dans plusieurs pays d'Europe de l'Est, tels que la Pologne, la Roumanie ou la République tchèque.

En dehors de l'UE, les États-Unis conservent leur position de première destination extra-européenne, occupant la sixième place en termes de valeur, avec une croissance de 7 %. Toutefois, un recul de 4,6 % en volume a été observé en 2024. D'autres marchés nord-américains, comme le Canada (-6,7 %) et le Mexique (-5,4 %), affichent également des baisses en volume, bien que plus modérées qu'en 2023. Le Royaume-Uni poursuit sa tendance négative.

Le secteur peine à se redresser sur les marchés asiatiques comme le Japon, la Chine ou la Corée du Sud. La Chine affiche une légère amélioration en volume, tandis que le Japon continue de connaître des baisses en volume et en valeur. À l'inverse, Hong Kong parvient à rompre avec cette tendance négative, enregistrant une croissance dans les deux indicateurs.

Les exportations de chaussures de la Communauté valencienne se sont élevées à 1 034,8 millions d'euros, représentant 30 % des exportations nationales, avec une baisse de 11,3 % par rapport à 2023. La province d'Alicante représente 94 % de ces exportations (969 millions d'euros), soit 28 % du total national.

Les entreprises espagnoles de la chaussure doivent poursuivre leur stratégie d'expansion et d'internationalisation afin de progresser dans un contexte complexe, encore marqué par les tensions géopolitiques, la menace de droits de douane, l'inflation et la baisse de la consommation sur plusieurs marchés. Face à cette situation, les entreprises du secteur demeurent prudentes dans leurs prévisions.

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

FUSSBEKLEIDUNG

2024: Die spanische Schuhindustrie hat im Jahr 2024 ihre Widerstandsfähigkeit und Fähigkeit unter Beweis gestellt, sich trotz geopolitischer Unsicherheiten, die im vergangenen Jahr die Märkte unter Druck gesetzt haben, weiterzuentwickeln.

Die spanischen Exporte schlossen das Jahr 2024 mit einem Wachstum sowohl in Bezug auf das Volumen als auch auf den Wert ab. Obwohl der Exporttrend im Jahresverlauf positiv war, zeigt sich die Branche mit Blick auf 2025 vorsichtig.

Die spanischen Schuhausfuhren beliefen sich im Jahr 2024 auf 170,8 Millionen Paar mit einem Gesamtwert von 3.455,3 Millionen Euro. Diese Zahlen stellen eine Steigerung von 7,8 % im Volumen und 6 % im Wert gegenüber dem Vorjahr dar. Im Vergleich zu 2019, dem Jahr vor der Pandemie, liegen die Ausfuhren um 10 % höher im Volumen und um 29 % im Wert.

Die Europäische Union bleibt der wichtigste Absatzmarkt für spanische Schuhe. Spitzenplätze belegen Italien, Frankreich, Deutschland, Portugal und Polen. Die Exporte nach Frankreich gingen allerdings zurück - um 13,4 % im Volumen und 6,9 % im Wert. Auch in die Niederlande und nach Belgien gingen die Ausfuhren zurück.

Positiv hervorzuheben sind hingegen die Entwicklungen in Italien, das zum wichtigsten Abnehmer spanischer Schuhe geworden ist, ein leichter Anstieg in Deutschland sowie eine gute Performance in Portugal, Griechenland und osteuropäischen Ländern wie Polen, Rumänien und der Tschechischen Republik.

Außerhalb der EU bleiben die Vereinigten Staaten das wichtigste Drittland für spanische Schuhausfuhren und belegen den sechsten Platz nach Exportwert mit einem Anstieg von 7 %. Allerdings verzeichneten die USA im letzten Jahr einen Rückgang des Volumens um 4,6 %. In anderen nordamerikanischen Märkten wie Kanada (-6,7 %) und Mexiko (-5,4 %) gingen die Exportzahlen ebenfalls zurück, wenn auch moderater als im Jahr 2023. Das Vereinigte Königreich setzt seinen negativen Trend fort.

In asiatischen Märkten wie Japan, China und Südkorea ist eine Erholung weiterhin nicht in Sicht. Während China beim Exportvolumen leicht zulegt, verzeichnet Japan weiterhin Rückgänge sowohl im Volumen als auch im Wert. Im Gegensatz dazu gelingt es Hongkong, den negativen Trend zu durchbrechen und in beiden Kennzahlen zu wachsen.

Die Schuhausfuhren der Autonomen Gemeinschaft Valencia beliefen sich auf 1.034,8 Millionen Euro und machten damit 30 % der nationalen Exporte aus, was einem Rückgang von 11,3 % gegenüber 2023 entspricht. Die Provinz Alicante ist für 94 % dieser Exporte (969 Millionen Euro) und 28 % der nationalen Gesamtausfuhren verantwortlich.

Die spanischen Schuhunternehmen müssen weiterhin auf Expansion und Internationalisierung setzen, um sich in einem komplexen Umfeld weiterzuentwickeln, das nach wie vor von geopolitischen Spannungen, Zollrisiken, Inflation und rückläufigem Konsum in verschiedenen Märkten geprägt ist. Vor diesem Hintergrund zeigen sich die Unternehmen der Branche zurückhaltend in ihren Erwartungen.

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



Footwear
Components
From Spain

COMPONENTES PARA EL CALZADO

El año 2024 ha representado un ejercicio de consolidación para el sector de los componentes para el calzado en España, marcado por una recuperación progresiva en el contexto de un entorno económico todavía inestable. La Asociación Española de Empresas de Componentes para el Calzado (AEC) ha seguido desempeñando un papel clave como agente dinamizador, ofreciendo apoyo estratégico, técnico y promocional a sus empresas asociadas en un periodo de transformación profunda.

Durante 2024, el sector ha mostrado señales positivas en diversos indicadores clave. La producción industrial ha experimentado una leve mejoría respecto al año anterior, gracias al impulso de las exportaciones del calzado, aunque la reactivación de la demanda europea ha seguido mostrando síntomas de debilidad. El aumento del valor medio por producto exportado y la presencia internacional del sector en las ferias internacionales de referencia como son FUTURMODA y LINEAPELLE han contribuido a mejorar la percepción global de la industria española de los componentes para el calzado.

AEC ha liderado importantes iniciativas a lo largo del año, con más de 40 actividades organizadas entre ferias, jornadas técnicas, misiones comerciales y acciones formativas, destacándose muy especialmente la celebración de la Gala del 25 aniversario de AEC que fue todo un éxito. Adicionalmente, AEC ha reforzado su papel como interlocutor sectorial, estrechando la colaboración con instituciones públicas, centros tecnológicos y otras organizaciones empresariales, al tiempo que ha impulsado proyectos orientados a la digitalización, la moda, la economía circular, la innovación y la internacionalización. Actualmente el sector de los componentes para el calzado aglutina a más de 1200 empresas que emplean a cerca de 21.000 trabajadores directos e indirectos.

Durante el año 2024, el sector y sus empresas se han enfrentado a una transformación profunda, generada por la presión normativa medioambiental, los retos económicos, políticos, sociales y tecnológicos, que han derivado en la necesidad de liderazgo y adaptación a un entorno cambiante, lo cual ha obligado a repensar procesos, mercados y modelos de negocio, generando nuevas oportunidades para las empresas más ágiles, responsables, sostenibles y tecnológicamente avanzadas. Con todo ello, el sector de los componentes para el calzado, está lejos de las cifras prepandemia que rozaban los 2.800 millones de euros de facturación. Además, el sector se ha visto claramente afectado por diversos factores coyunturales, estructurales y económicos que han debilitado la actividad industrial y comercial, tanto a nivel nacional, como a nivel internacional. La dependencia del sector del calzado nacional y europeo, la caída del consumo y el debilitamiento de las estructuras productivas, han generado que el 2024 haya resultado un año complicado y lleno de incertidumbres. Por eso, el ritmo industrial y comercial del sector de los componentes para el calzado ha seguido enfrentándose a un entorno desafiante influenciado por la contracción del consumo, el incremento de las importaciones y la caída de la producción nacional del calzado, además de las dificultades a nivel internacional en determinados mercados con los que operan nuestras empresas, como son: Estados Unidos, Méjico, China, Alemania, Francia, Italia, Portugal, Bélgica, Reino Unido, Argelia y Marruecos, entre otros.

El sector nacional de los componentes para el calzado registra unos datos provisionales de 1.515 millones de euros en exportaciones y 1.671 millones de euros en importaciones, lo que comparativamente hablando representa, un descenso del 10% y del 11% con respecto a los resultados comerciales obtenidos en el año 2023.

Fuente: Asociación Española de Empresas de Componentes para el Calzado (AEC).

FOOTWEAR COMPONENTS

The year 2024 has been a period of consolidation for the footwear components sector in Spain, marked by a gradual recovery within the context of an economic environment that remains unstable. The Spanish Association of Footwear Components Companies (AEC) has continued to play a key role as a driving force, providing strategic, technical, and promotional support to its member companies during a period of profound transformation.

Throughout 2024, the sector has shown positive signs in several key indicators. Industrial production has experienced a slight improvement compared to the previous year, driven by the boost in footwear exports, although the recovery of European demand has continued to show signs of weakness. The increase in the average value per exported product, along with the sector's international presence at key trade fairs such as FUTURMODA and LINEAPELLE, has contributed to enhancing the global perception of the Spanish footwear components industry.

AEC has led major initiatives over the year, organizing more than 40 activities, including trade fairs, technical seminars, trade missions, and training actions, with particular mention of the successful celebration of AEC's 25th Anniversary Gala. Additionally, AEC has strengthened its role as a sectoral representative, fostering collaboration with public institutions, technology centers, and other business organizations, while also promoting projects focused on digitalization, fashion, circular economy, innovation, and internationalization. Currently, the footwear components sector encompasses over 1,200 companies employing nearly 21,000 direct and indirect workers.

In 2024, the sector and its companies have faced profound transformation due to environmental regulatory pressure and economic, political, social, and technological challenges. These developments have underscored the need for leadership and adaptability in an evolving environment, requiring a rethinking of processes, markets, and business models. This, in turn, has created new opportunities for companies that are agile, responsible, sustainable, and technologically advanced. Despite this, the sector remains far from pre-pandemic figures, which neared €2.8 billion in turnover. Furthermore, the industry has been clearly affected by various cyclical, structural, and economic factors that have weakened both industrial and commercial activity, nationally and internationally. The sector's dependence on the national and European footwear industry, the decline in consumption, and the weakening of production structures have made 2024 a particularly challenging and uncertain year.

Consequently, the industrial and commercial pace of the footwear components sector has continued to face a demanding environment, influenced by reduced consumer spending, increased imports, and declining domestic footwear production, as well as international difficulties in certain key markets in which Spanish companies operate—such as the United States, Mexico, China, Germany, France, Italy, Portugal, Belgium, the United Kingdom, Algeria, and Morocco, among others.

Provisional figures for the national footwear components sector in 2024 indicate €1.515 billion in exports and €1.671 billion in imports, representing a year-on-year decrease of 10% and 11%, respectively, compared to commercial results obtained in 2023.

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

COMPOSANTES POUR CHAUSSURES

L'année 2024 a représenté un exercice de consolidation pour le secteur des composants pour la chaussure en Espagne, marqué par une reprise progressive dans un contexte économique encore instable. L'Association Espagnole des Entreprises de Composants pour la Chaussure (AEC) a continué de jouer un rôle clé en tant qu'agent dynamique, offrant un soutien stratégique, technique et promotionnel à ses entreprises associées durant une période de profonde transformation.

Au cours de l'année 2024, le secteur a affiché des signes positifs dans plusieurs indicateurs clés. La production industrielle a enregistré une légère amélioration par rapport à l'année précédente, stimulée par l'essor des exportations de chaussures, bien que la reprise de la demande européenne ait continué de montrer des signes de faiblesse. L'augmentation de la valeur moyenne par produit exporté ainsi que la présence internationale du secteur lors des salons de référence tels que FUTURMODA et LINEAPELLE ont contribué à renforcer la perception globale de l'industrie espagnole des composants pour la chaussure.

L'AEC a mené d'importantes initiatives tout au long de l'année, avec plus de 40 actions organisées, incluant des salons, des journées techniques, des missions commerciales et des activités de formation, dont il convient de souligner tout particulièrement la célébration réussie du 25e anniversaire de l'AEC. Par ailleurs, l'AEC a renforcé son rôle d'interlocuteur sectoriel, en consolidant sa collaboration avec les institutions publiques, les centres technologiques et d'autres organisations professionnelles, tout en promouvant des projets axés sur la digitalisation, la mode, l'économie circulaire, l'innovation et l'internationalisation. Actuellement, le secteur des composants pour la chaussure regroupe plus de 1 200 entreprises, employant près de 21 000 travailleurs directs et indirects.

En 2024, le secteur et ses entreprises ont dû faire face à une transformation profonde, engendrée par la pression réglementaire environnementale ainsi que par des défis économiques, politiques, sociaux et technologiques. Ces facteurs ont nécessité un leadership accru et une capacité d'adaptation à un environnement en mutation, obligeant les entreprises à repenser leurs processus, marchés et modèles économiques, ouvrant ainsi de nouvelles opportunités pour les entreprises les plus agiles, responsables, durables et technologiquement avancées. Malgré ces efforts, le secteur reste en deçà des chiffres d'avant la pandémie, qui approchaient les 2,8 milliards d'euros de chiffre d'affaires. De plus, l'activité industrielle et commerciale a été fragilisée par divers facteurs conjoncturels, structurels et économiques, tant au niveau national qu'international. La dépendance à l'industrie de la chaussure nationale et européenne, la baisse de la consommation et l'affaiblissement des structures de production ont fait de 2024 une année difficile et pleine d'incertitudes.

Ainsi, le rythme industriel et commercial du secteur des composants pour la chaussure a continué de faire face à un environnement complexe, influencé par la contraction de la consommation, l'augmentation des importations et la diminution de la production nationale de chaussures, sans oublier les difficultés rencontrées sur certains marchés internationaux avec lesquels nos entreprises opèrent, tels que : les États-Unis, le Mexique, la Chine, l'Allemagne, la France, l'Italie, le Portugal, la Belgique, le Royaume-Uni, l'Algérie et le Maroc, entre autres.

Le secteur national des composants pour la chaussure affiche des données provisoires de 1,515 milliard d'euros d'exportations et 1,671 milliard d'euros d'importations, ce qui représente une baisse respective de 10 % et 11 % par rapport aux résultats commerciaux enregistrés en 2023.

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

ZUBEHÖR FÜR FUSSBEKLEIDUNG

Das Jahr 2024 stellte für den Sektor der Schuhkomponenten in Spanien ein Jahr der Konsolidierung dar, das von einer schrittweisen Erholung in einem weiterhin instabilen wirtschaftlichen Umfeld geprägt war. Der Spanische Verband der Unternehmen für Schuhkomponenten (AEC) hat weiterhin eine Schlüsselrolle als treibende Kraft übernommen, indem er seinen Mitgliedsunternehmen in einer Phase tiefgreifender Umgestaltung strategische, technische und werbliche Unterstützung geboten hat.

Im Laufe des Jahres 2024 zeigte der Sektor positive Signale in mehreren wichtigen Indikatoren. Die industrielle Produktion verzeichnete im Vergleich zum Vorjahr eine leichte Verbesserung, unterstützt durch den Anstieg der Schuh-Exporte, obwohl die Erholung der europäischen Nachfrage weiterhin schwächelte. Der Anstieg des durchschnittlichen Wertes pro exportiertem Produkt sowie die internationale Präsenz des Sektors auf maßgeblichen Fachmessen wie FUTURMODA und LINEAPELLE trugen dazu bei, das weltweite Ansehen der spanischen Schuhkomponentenindustrie zu stärken.

Der Verband AEC leitete im Laufe des Jahres bedeutende Initiativen und organisierte über 40 Veranstaltungen, darunter Fachmessen, technische Workshops, Handelsmissionen und Schulungsmaßnahmen. Besonders hervorzuheben ist die erfolgreiche Feier des 25-jährigen Jubiläums der AEC. Darüber hinaus hat die AEC ihre Rolle als Branchenvertreterin gestärkt, die Zusammenarbeit mit öffentlichen Institutionen, Technologiezentren und anderen Wirtschaftsorganisationen intensiviert und Projekte zur Digitalisierung, Mode, Kreislaufwirtschaft, Innovation und Internationalisierung gefördert. Der Sektor der Schuhkomponenten umfasst derzeit über 1.200 Unternehmen mit nahezu 21.000 direkt und indirekt Beschäftigten.

Im Jahr 2024 sah sich der Sektor mit einer tiefgreifenden Transformation konfrontiert, bedingt durch regulatorischen Umweltdruck sowie wirtschaftliche, politische, soziale und technologische Herausforderungen. Diese Entwicklungen machten Führungsstärke und Anpassungsfähigkeit an ein sich wandelndes Umfeld erforderlich, was eine grundlegende Überprüfung von Prozessen, Märkten und Geschäftsmodellen notwendig machte. Dadurch ergaben sich neue Chancen für jene Unternehmen, die agil, verantwortungsbewusst, nachhaltig und technologisch fortschrittlich agieren. Dennoch liegt der Sektor weiterhin deutlich unter den Vor-Pandemie-Umsätzen, die sich auf rund 2,8 Milliarden Euro beliefen. Zudem wurde die industrielle und kommerzielle Tätigkeit durch verschiedene konjunkturelle, strukturelle und wirtschaftliche Faktoren beeinträchtigt - sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. Die Abhängigkeit vom nationalen und europäischen Schuhsektor, der Rückgang des Konsums und die Schwächung der Produktionsstrukturen führten dazu, dass 2024 ein schwieriges und von Unsicherheiten geprägtes Jahr war.

Die industrielle und kommerzielle Dynamik des Schuhkomponentensektors sah sich weiterhin einem herausfordernden Umfeld gegenüber, das durch Konsumrückgang, steigende Importe und rückläufige inländische Schuhproduktion geprägt war - ebenso wie durch internationale Schwierigkeiten auf wichtigen Märkten, in denen spanische Unternehmen tätig sind, darunter: die Vereinigten Staaten, Mexiko, China, Deutschland, Frankreich, Italien, Portugal, Belgien, das Vereinigte Königreich, Algerien und Marokko.

Der spanische Sektor der Schuhkomponenten verzeichnete im Jahr 2024 vorläufige Exportdaten in Höhe von 1,515 Milliarden Euro und Importdaten von 1,671 Milliarden Euro, was im Vergleich zu den Handelszahlen von 2023 einem Rückgang von 10 % bzw. 11 % entspricht.

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



JUGUETE

“Borrón y cuenta nueva” más que necesario para las exportaciones de juguetes en 2024.

2024 ha sido un año especialmente duro para el sector del juguete, con cifras que no se veían desde hace mucho tiempo. Las exportaciones de juguetes cayeron de forma contundente hasta un -11.44%, perdiendo 87 millones de euros y cerrando el año en un volumen de 676 millones. El mes de diciembre fue especialmente malo, hundiendo las exportaciones con una caída de casi -50%, superando incluso los peores momentos de la pandemia.

Este desplome generalizado afectó a casi todas las categorías. Las Muñecas sufrieron un descenso del -20%, mientras que los artículos de fiesta y carnaval cayeron un -15%. ¿Lo poco que se salvó? Los juegos de sociedad, en los que se incluyen los juegos de mesa, que casi empataron con 2023, logrando un modesto crecimiento del 0.5%.

El panorama por comunidades autónomas ofrece unos resultados bastante peculiares. Cataluña demostró una resistencia admirable, liderando las exportaciones con 251 millones de euros y una bajada “tan solo” del -4%. La Comunidad Valenciana no tuvo tanta suerte, cayendo un -17% con 134 millones. Y luego está Madrid, con unos valores ciertamente desconcertantes, que cae un -35% (119 millones de euros). EL caso de Madrid nos ha obligado en muchas ocasiones a realizar un ejercicio de simulación en el que no estarían incluidas sus cifras, y haciendo este ejercicio para 2024 las exportaciones españolas en 2024 no habrían caído un -11.44%, sino un -4%.

La sorpresa en este 2024 la dio Castilla La Mancha, que creció un inesperado 76% en exportaciones, alcanzando los 41.8 millones de euros.

En cuanto a los destinos de las exportaciones de juguetes desde España, Portugal fue el principal receptor de nuestras exportaciones (128 millones de euros, aunque perdiendo cifra con respecto al año anterior), seguido de cerca por Francia e Italia. La nota positiva la puso Polonia, que, tras unos años complicados, se posicionó en quinto lugar con un crecimiento del 25%. Y fuera de la UE, Estados Unidos también mostró un buen impulso, creciendo un 10%.

En resumen, 2024 nos deja con más dudas que certezas en el comercio exterior de juguetes. No hay mucho que celebrar en este año. Pero, como siempre, hay una luz al final del túnel: al haber tenido un 2024 tan bajo, ¡las comparaciones en 2025 seguro que nos favorecen!

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 www.aefj.es, donde podrán conocer todo lo relacionado con el sector del juguete español.

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

TOYS

“A Clean Slate” More Than Necessary for Toy Exports in 2024

The year 2024 has proven to be particularly challenging for the toy sector, with figures not seen in many years. Toy exports experienced a sharp decline of -11.44%, representing a loss of 87 million euros and closing the year with a total export volume of 676 million euros. December was especially dire, with a drop of nearly -50%, surpassing even the most difficult moments of the pandemic.

This widespread downturn impacted nearly every product category. Dolls suffered a -20% decrease, while party and carnival items fell by -15%. What managed to stay afloat? Board and social games, which nearly matched the 2023 figures, achieving a modest growth of 0.5%.

The regional breakdown yields some rather striking results. Catalonia demonstrated admirable resilience, leading exports with 251 million euros and a comparatively moderate decline of just -4%. The Valencian Community was not as fortunate, registering a -17% drop with 134 million euros. Madrid, on the other hand, presented particularly perplexing figures, falling by -35% (119 million euros). Madrid’s case has often compelled us to conduct simulations excluding its data, and applying this approach to 2024, the national decline in toy exports would not have been -11.44%, but rather -4%.

The surprise of the year came from Castilla-La Mancha, which posted an unexpected 76% growth in exports, reaching 41.8 million euros.

As for the destinations of Spanish toy exports, Portugal remained the main recipient (128 million euros, although down from the previous year), followed closely by France and Italy. A positive note was struck by Poland, which, after a few difficult years, ranked fifth with a 25% increase. Outside the EU, the United States also performed well, with a 10% growth.

In summary, 2024 has left the toy export sector with more questions than answers. There is little to celebrate this year. However, there is always light at the end of the tunnel: given how low the figures were in 2024, year-on-year comparisons in 2025 will surely be favorable.

The Spanish Toy Manufacturers Association (AEFJ), founded in 1967, is the only organization that brings together companies within the sector. Since 1989, it has served as an official partner of the State Secretariat for Trade under the Ministry of Industry, Trade and Tourism and is recognized as the National Group of Exporters.

Its purpose is to support the industry through a wide range of services, including promotion, relations with public authorities, consumer associations, international industry organizations, safety regulations, legislation, marketing and the image of Spanish toys, trade fairs, exhibitions, trade missions, and the defense of the general interests of the Spanish toy industry. For further information, please visit www.aefj.es, where you can find all relevant information about the Spanish toy sector.

Source: Spanish Association of Toy Manufacturers (AEFJ).

JOUETS

“Remettre les compteurs à zéro”: une nécessité pour les exportations de jouets en 2024

L'année 2024 s'est révélée particulièrement difficile pour le secteur du jouet, avec des chiffres qui n'avaient pas été observés depuis longtemps. Les exportations de jouets ont chuté de manière significative, avec une baisse de -11,44 %, soit une perte de 87 millions d'euros, pour s'établir à un volume annuel de 676 millions d'euros. Le mois de décembre a été particulièrement catastrophique, enregistrant une chute de près de -50 %, dépassant même les pires moments de la pandémie.

Ce recul généralisé a touché presque toutes les catégories de produits. Les poupées ont enregistré une baisse de -20 %, tandis que les articles de fête et de carnaval ont reculé de -15 %. Qu'est-ce qui a réussi à se maintenir ? Les jeux de société, y compris les jeux de plateau, qui ont presque égalé les chiffres de 2023 avec une modeste progression de 0,5 %.

L'analyse régionale montre des résultats assez contrastés. La Catalogne a fait preuve d'une résilience remarquable, en tête des exportations avec 251 millions d'euros et une baisse relativement modérée de -4 %. La Communauté valencienne n'a pas eu la même chance, affichant un recul de -17 % (134 millions d'euros). Quant à Madrid, ses chiffres sont particulièrement déconcertants : -35 % (119 millions d'euros). Ce cas nous a souvent conduits à réaliser des simulations excluant les données de Madrid ; appliquée à 2024, cette méthode ramènerait la baisse nationale à -4 % au lieu de -11,44 %.

La surprise de l'année est venue de Castille-La Manche, qui a enregistré une croissance inattendue de 76 %, atteignant 41,8 millions d'euros d'exportations.

Concernant les destinations des exportations de jouets espagnols, le Portugal reste le principal destinataire (128 millions d'euros, malgré une baisse par rapport à l'année précédente), suivi de près par la France et l'Italie. La Pologne a offert une note positive, se hissant à la cinquième place avec une croissance de 25 % après plusieurs années difficiles. Hors UE, les États-Unis ont également connu une dynamique favorable avec une progression de 10 %.

En résumé, 2024 laisse le commerce extérieur du jouet dans l'incertitude. Il y a peu de raisons de se réjouir cette année. Mais, comme toujours, il y a une lumière au bout du tunnel : après une année 2024 si faible, les comparaisons pour 2025 seront certainement à notre avantage.

L'Association Espagnole des Fabricants de Jouets (AEFJ), fondée en 1967, est la seule organisation regroupant les entreprises du secteur. Depuis 1989, elle est reconnue comme entité collaboratrice du Secrétariat d'État au Commerce, relevant du Ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme, et est reconnue comme Groupement National des Exportateurs.

Sa mission est de soutenir l'industrie à travers un large éventail de services, notamment la promotion, les relations avec les autorités publiques, les associations de consommateurs, les organisations sectorielles internationales, la réglementation en matière de sécurité, la législation, le marketing et l'image du jouet espagnol, les salons, expositions, missions commerciales et la défense des intérêts généraux de l'industrie espagnole du jouet. Pour plus d'informations, n'hésitez pas à consulter le site www.aefj.es, où vous trouverez tout ce qu'il faut savoir sur le secteur espagnol du jouet.

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

SPIELWAREN

„Ein kompletter Neuanfang“ - mehr als notwendig für den Spielzeugexport im Jahr 2024

Das Jahr 2024 war für die Spielzeugbranche besonders schwierig, mit Zahlen, wie man sie seit Langem nicht mehr gesehen hat. Die Spielzeugexporte gingen deutlich um -11,44 % zurück, was einem Verlust von 87 Millionen Euro entspricht. Das Jahr schloss mit einem Exportvolumen von 676 Millionen Euro. Besonders negativ war der Monat Dezember, in dem die Exporte fast um -50 % einbrachen - schlimmer noch als in den schwierigsten Zeiten der Pandemie.

Dieser Rückgang betraf fast alle Produktkategorien. Puppen verzeichneten einen Rückgang von -20 %, während Party- und Karnevalartikel um -15 % sanken. Was sich einigermaßen behaupten konnte? Gesellschaftsspiele, einschließlich Brettspiele, die mit einem bescheidenen Wachstum von 0,5 % nahezu das Niveau von 2023 erreichten.

Die regionale Betrachtung ergibt ein recht heterogenes Bild. Katalonien zeigte bemerkenswerte Widerstandskraft, führte die Exporte mit 251 Millionen Euro an und verzeichnete lediglich einen Rückgang von -4 %. Die Valencianische Gemeinschaft hatte weniger Glück: ein Minus von -17 % bei 134 Millionen Euro. Und dann ist da noch Madrid, mit wahrlich irritierenden Zahlen: ein Rückgang von -35 % (119 Millionen Euro). Der Fall Madrid hat uns häufig dazu veranlasst, Szenarien zu simulieren, in denen seine Daten ausgeklammert wurden. Für 2024 würde die nationale Exportbilanz dann nicht bei -11,44 %, sondern nur bei -4 % liegen.

Die Überraschung des Jahres kam aus Castilla-La Mancha, das die Exporte unerwartet um 76 % steigern konnte und 41,8 Millionen Euro erreichte.

Was die Zielmärkte der spanischen Spielzeugexporte betrifft, so war Portugal mit 128 Millionen Euro der Hauptabnehmer - trotz eines Rückgangs im Vergleich zum Vorjahr - gefolgt von Frankreich und Italien. Eine positive Entwicklung zeigte Polen, das sich nach schwierigen Jahren mit einem Wachstum von 25 % auf den fünften Platz vorkämpfte. Außerhalb der EU zeigten auch die USA eine gute Dynamik mit einem Zuwachs von 10 %.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Jahr 2024 im Außenhandel mit Spielwaren mehr Fragen als Antworten hinterlässt. Es gibt in diesem Jahr wenig zu feiern. Doch wie immer gibt es einen Lichtblick: Nach einem so schwachen Jahr 2024 dürften die Vergleiche im Jahr 2025 mit Sicherheit zu unseren Gunsten ausfallen.

Der Spanische Verband der Spielwarenhersteller (AEFJ) wurde 1967 gegründet und ist die einzige Organisation, die die Unternehmen der Branche vereint. Seit 1989 ist sie offizieller Kooperationspartner des Staatssekretariats für Handel im spanischen Ministerium für Industrie, Handel und Tourismus und wird als nationale Exporteursvereinigung anerkannt.

Ziel des Verbands ist es, die Industrie mit einer breiten Palette von Dienstleistungen zu unterstützen, insbesondere in den Bereichen Förderung, Beziehungen zu öffentlichen Verwaltungen, Verbraucherverbände, internationale Branchenorganisationen, Sicherheitsvorschriften, Gesetzgebung, Marketing, Image des spanischen Spielzeugs, Messen, Ausstellungen, Handelsmissionen sowie der Verteidigung der allgemeinen Interessen der spanischen Spielwarenindustrie. Weitere Informationen finden Sie unter www.aefj.es, wo Sie alles Wissenswerte über die spanische Spielwarenbranche erfahren können.

Quelle: Verband Spanischer Spielwarenfabrikanten (AEFJ).



MÁRMOL

El sector del Mármol y la Piedra Natural en la Comunidad Valenciana tiene una larga historia, contando con empresas centenarias que avalan la importancia del sector tanto a nivel nacional como internacional. Nuestra marca y la de nuestros materiales, son reconocidas a nivel mundial gracias al trabajo constante que desde la Asociación y sus empresas se ha realizado durante casi cincuenta años, que ponen todo su énfasis en adecuar las empresas a las nuevas tecnologías, digitalización y trabajando con el máximo respecto el producto natural con el fin de obtener acabados y resultados intachables, lo que permite ser competentes en su comercialización y que ha permitido competir a nivel mundial con una máxima calidad.

El sector de la roca ornamental de la Comunidad Valenciana ha cerrado el año 2024 con una exportación de aproximadamente 140 millones de euros, alrededor de un 32% de la exportación nacional, de los que aproximadamente 104 millones corresponden a la provincia de Alicante, esto nos sitúa en la primera Comunidad de España en el ranking de exportación tanto en bruto como en elaborado. Los principales países a los que destinamos nuestras exportaciones en material elaborado son: Arabia Saudí, EE. UU., Marruecos, Emiratos Árabes Unidos, República Dominicana, entre muchos otros. Mientras que el material bruto se destina principalmente a China, Marruecos, Colombia, Italia, Egipto...

Nuestros materiales más demandados y reconocidos son: Crema Marfil®, Rojo Alicante®, Dark Emperador®, Rojo Corralito, Piedra Bateig®, Gris Pulpis, Spanish Gold, Crema Buixcarró, Crema y 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. Estos pueden encontrarse alrededor del mundo en edificios emblemáticos como: aeropuertos, hoteles de lujo, resorts, edificios institucionales, esculturas o viviendas privadas.

Desde la Asociación trabajamos para mantener a las empresas informadas en los temas relevantes para el sector, dentro de los tres pilares fundamentales: extracción, elaboración y comercialización. Organizamos la participación agrupada de las empresas en las principales ferias y eventos a nivel mundial "Stone Gallery". Apostamos por una estrategia de sostenibilidad y defensa de objetivos comunes, fomentando entre nuestras empresas la economía circular, la reducción de la huella de carbono, así como el uso de energías renovables y la gestión hídrica. Además, la Asociación igualmente es parte de la Federación de Industrias Extractivas de la Comunidad Valenciana (FIECOVA) de la que actualmente ostenta la presidencia.

La Asociación sigue gestionando los residuos inertes resultantes del corte de la piedra, mediante la rehabilitación medioambiental de espacios afectados o degradados. El mármol Crema Marfil por su alto contenido en Carbonato Cálcico, al transformarse en arenas y gravas, se convierte otra vez en materia prima para sectores tan diversos como obra pública, construcción, siderurgia, productos químicos e incluso alimentación animal.

Fuente: Asociación Mármol de Alicante.

MARBLE

The marble and natural stone sector in the Region of Valencia boasts a long-standing tradition, supported by century-old companies that reflect the industry's significance both nationally and internationally. Our brand—and that of our materials—is globally recognized, thanks to the consistent efforts carried out by the Association and its member companies over nearly fifty years. Their work is focused on adapting to new technologies and advancing digitalisation, while treating natural stone with the utmost respect in order to achieve flawless finishes and results. This commitment has allowed our companies to remain competitive in the global marketplace and uphold the highest standards of quality.

In 2024, the ornamental stone sector of the Region of Valencia recorded export figures of approximately €140 million—accounting for around 32% of national exports. Of this total, about €104 million originated from the province of Alicante, positioning our region as the leading exporter in Spain of both raw and processed stone. Our main export destinations for processed materials include Saudi Arabia, the United States, Morocco, the United Arab Emirates, and the Dominican Republic, among others. Raw materials are primarily exported to countries such as China, Morocco, Colombia, Italy, and Egypt.

Our most sought-after and internationally recognised materials include Crema Marfil®, Rojo Alicante®, Dark Emperador®, Rojo Corralito, Piedra Bateig®, Gris Pulpis, Spanish Gold, Crema Buixcarró, Crema Valencia, and Rosa Valencia, alongside a wide variety of limestones and other natural stones. The Association manages these registered trademarks at the national, European, and international levels to ensure the value and integrity of our materials. These stones can be found in iconic buildings worldwide, such as airports, luxury hotels, resorts, government buildings, sculptures, and private residences.

The Association is dedicated to keeping companies informed about key developments across the sector's three main pillars: extraction, processing, and commercialisation. We coordinate the collective participation of companies in major global trade fairs and events, including the internationally renowned "Stone Gallery." We are firmly committed to sustainability and the pursuit of shared objectives, promoting circular economy practices, the reduction of carbon footprints, the use of renewable energy sources, and water resource management among our members. The Association is also an active member of the Federation of Extractive Industries of the Region of Valencia (FIECOVA), currently holding its presidency.

Additionally, the Association oversees the management of inert waste resulting from stone cutting by supporting the environmental rehabilitation of damaged or degraded areas. Due to its high calcium carbonate content, Crema Marfil marble, when transformed into sand and gravel, becomes a raw material once again for a range of industries such as public works, construction, steelmaking, chemicals, and even animal feed production.

Source: Association of Alicante Marble.

MARBRE

Le secteur du marbre et de la pierre naturelle dans la Communauté valencienne possède une longue histoire, avec des entreprises centenaires qui témoignent de son importance tant au niveau national qu'international. Notre marque, tout comme celle de nos matériaux, jouit d'une reconnaissance mondiale, fruit du travail constant réalisé par l'Association et ses entreprises depuis près de cinquante ans. Ces efforts ont porté sur l'adaptation aux nouvelles technologies, à la digitalisation, et sur un profond respect du produit naturel, dans le but d'obtenir des finitions et des résultats irréprochables. Cette exigence de qualité nous permet de rester compétitifs à l'échelle mondiale.

En 2024, le secteur de la pierre ornementale de la Communauté valencienne a enregistré des exportations d'environ 140 millions d'euros, soit environ 32 % des exportations nationales. Parmi ce total, 104 millions d'euros proviennent de la province d'Alicante, ce qui place notre région au premier rang national en matière d'exportations, tant de pierre brute que transformée. Les principaux pays destinataires de nos matériaux élaborés sont : l'Arabie saoudite, les États-Unis, le Maroc, les Émirats arabes unis, la République dominicaine, entre autres. Quant aux matériaux bruts, ils sont principalement exportés vers la Chine, le Maroc, la Colombie, l'Italie et l'Égypte.

Les matériaux les plus prisés et les plus reconnus à l'international sont : Crema Marfil®, Rojo Alicante®, Dark Emperador®, Rojo Coralito, Piedra Bateig®, Gris Pulpis, Spanish Gold, Crema Buixcarró, Crema Valencia et Rosa Valencia, ainsi qu'une grande variété de calcaires et autres pierres naturelles. L'Association gère l'enregistrement de ces marques au niveau national, européen et international, afin de garantir la valeur et l'authenticité de nos matériaux. Ceux-ci ornent des bâtiments emblématiques à travers le monde : aéroports, hôtels de luxe, resorts, bâtiments institutionnels, sculptures et résidences privées.

L'Association s'efforce d'informer les entreprises sur les sujets clés du secteur, à travers ses trois piliers fondamentaux : extraction, transformation et commercialisation. Elle organise la participation collective des entreprises aux principaux salons et événements internationaux, notamment à travers la "Stone Gallery". Elle s'engage également en faveur d'une stratégie de durabilité et de défense d'objectifs communs, en promouvant au sein de ses membres l'économie circulaire, la réduction de l'empreinte carbone, l'usage des énergies renouvelables et la gestion responsable de l'eau. L'Association est aussi membre de la Fédération des Industries Extractives de la Communauté valencienne (FIECOVA), dont elle assure actuellement la présidence.

Par ailleurs, l'Association gère les déchets inertes issus de la découpe de la pierre, en soutenant la réhabilitation environnementale des sites affectés ou dégradés. Le marbre Crema Marfil, grâce à sa forte teneur en carbonate de calcium, peut être transformé en sables et graviers, redevenant ainsi une matière première pour des secteurs aussi divers que les travaux publics, la construction, la sidérurgie, l'industrie chimique, voire l'alimentation animale.

Source: Association du Marbre d'Alicante.

MARMOR

Der Marmor- und Natursteinsektor in der Autonomen Gemeinschaft Valencia blickt auf eine lange Tradition zurück und wird von traditionsreichen Unternehmen getragen, die seit über einem Jahrhundert bestehen und die Bedeutung dieses Wirtschaftszweigs sowohl auf nationaler als auch internationaler Ebene belegen. Unsere Marke und unsere Materialien genießen weltweite Anerkennung - ein Erfolg, der dem kontinuierlichen Engagement des Verbands und seiner Mitgliedsunternehmen in den letzten fünfzig Jahren zu verdanken ist. Im Mittelpunkt ihrer Arbeit stehen die Anpassung an neue Technologien, die Digitalisierung sowie ein respektvoller Umgang mit dem Naturprodukt, mit dem Ziel, makellose Oberflächen und erstklassige Ergebnisse zu erzielen. Dadurch sind unsere Unternehmen weltweit wettbewerbsfähig und stehen für höchste Qualität.

Im Jahr 2024 erzielte der Sektor für Naturwerkstein in der Region Valencia ein Exportvolumen von rund 140 Millionen Euro, was etwa 32 % des nationalen Exports entspricht. Davon entfallen ca. 104 Millionen Euro auf die Provinz Alicante, womit die Region sowohl bei der Ausfuhr von Rohmaterialien als auch bei verarbeiteten Produkten den ersten Platz im nationalen Ranking einnimmt. Die wichtigsten Absatzmärkte für verarbeitete Natursteine sind Saudi-Arabien, die USA, Marokko, die Vereinigten Arabischen Emirate und die Dominikanische Republik. Rohmaterialien werden hauptsächlich nach China, Marokko, Kolumbien, Italien und Ägypten exportiert.

Zu unseren international am meisten gefragten und anerkannten Materialien zählen: Crema Marfil®, Rojo Alicante®, Dark Emperador®, Rojo Coralito, Piedra Bateig®, Gris Pulpis, Spanish Gold, Crema Buixcarró, Crema Valencia und Rosa Valencia, sowie eine Vielzahl von Kalksteinen und anderen Natursteinen. Der Verband verwaltet die eingetragenen Marken auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene, um den Wert und die Authentizität unserer Materialien zu schützen. Diese finden sich weltweit in repräsentativen Bauwerken wieder - darunter Flughäfen, Luxushotels, Ferienanlagen, öffentliche Gebäude, Skulpturen und Privatresidenzen.

Der Verband setzt sich aktiv dafür ein, seine Mitgliedsunternehmen über relevante Themen innerhalb der drei zentralen Säulen - Abbau, Verarbeitung und Vermarktung - zu informieren. Wir koordinieren die gemeinsame Teilnahme unserer Unternehmen an bedeutenden internationalen Fachmessen und Events, insbesondere an der „Stone Gallery“. Wir verfolgen eine konsequente Nachhaltigkeitsstrategie und vertreten gemeinsame Interessen, indem wir innerhalb unserer Branche zur Kreislaufwirtschaft, zur Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks, zur Nutzung erneuerbarer Energien sowie zu einem verantwortungsvollen Wassermanagement anregen. Darüber hinaus ist der Verband aktives Mitglied des Föderationsverbands der Rohstoffindustrien der Autonomen Gemeinschaft Valencia (FIECOVA) und hat derzeit dessen Vorsitz inne.

Zudem ist der Verband für die Verwertung von inerten Abfällen, die beim Zuschnitt von Stein anfallen, verantwortlich - insbesondere durch die ökologische Wiederherstellung geschädigter oder degradiertes Flächen. Der Crema Marfil-Marmor, dessen hoher Gehalt an Kalziumkarbonat besonders hervorzuheben ist, kann in Sand und Kies umgewandelt werden und wird somit erneut zu einem wertvollen Rohstoff für Branchen wie den Tiefbau, die Bauwirtschaft, die Stahlindustrie, die chemische Industrie und sogar die Tierfutterproduktion.

Quelle: Marmorvereinigung Alicante.



UVA DE MESA

La uva de mesa con Denominación de Origen Protegida Vinalopó vendió en 2024 al exterior más de 1,5 millones de kilos.

La uva de mesa con Denominación de Origen Protegida “Vinalopó” comercializó un total de 4,75 millones de kg, de los cuales más de 1,5 millones de kilos tuvieron como destino el mercado exterior. Al mercado nacional fueron a parar alrededor de 3,2 millones de kilos.

La producción inscrita en campo rozó las 32.500 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 dedicaron unos 285 agricultores en 2.107 parcelas con una superficie total de 1.386 hectáreas.

La campaña de 2024 ha sido positiva en su conjunto, ya que tanto las variedades tempranas, como la tardía aledo funcionaron bien en el mercado y se enfrentaron a una climatología estable, que facilitó tanto la cosecha como la limpieza y selección en el almacén.

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 en 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 Valencín Blanco, de la que actualmente es difícil encontrar alguna cepa. 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 90 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 entre 6.000 y 8.000 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”.

TABLE GRAPES

Table Grapes with Protected Designation of Origin (PDO) Vinalopó Exported Over 1.5 Million Kilograms in 2024

In 2024, table grapes bearing the Protected Designation of Origin (PDO) “Vinalopó” label sold a total of 4.75 million kilograms, of which over 1.5 million kilograms were exported internationally. Approximately 3.2 million kilograms were distributed within the domestic market.

The total registered production in the field reached nearly 32,500 tonnes across seven varieties: Aledo, Ideal, Rosetti, Doña María, Dominga, Victoria, and Red Globe. It is noteworthy that around 285 farmers cultivated these grapes on 2,107 plots covering a total area of 1,386 hectares.

The 2024 campaign was overall positive, with both early and late varieties such as Aledo performing well in the market. Stable climatic conditions facilitated harvesting, as well as the cleaning and sorting processes in the warehouse.

The PDO Vinalopó table grape distinguishes itself from all others by its unique cultivation system, which consists of enclosing each grape cluster in a special paper bag (“bagging”), where the grapes grow and ripen in the field until harvest. This practice is exclusive to this Alicante valley due to its unique microclimate, found only in this region. These attributes have earned the grape the highest European food product distinction: the Protected Designation of Origin status.

Consumers prefer this grape not only because it is protected by a recognized quality label (offering all the guarantees that such a seal entails) but also because of the benefits of the bagging process. Among these benefits are the uniform color of all grape clusters, thinner grape skins—since the bags filter sunlight and protect the grapes from adverse weather conditions such as hail, wind, and rain—and an improved flavor, resulting from the delayed ripening process that bagging facilitates.

The origin of the bagging technique dates back to 1919, when only a small area was dedicated to cultivating the Valencín Blanco variety, which is now rare. The bagging method for table grapes was initially developed thanks to the ingenuity of Mr. Manuel Bonmatí Abad (1883-1969).

It is important to highlight that only seven municipalities worldwide 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 located in the Vinalopó Valley, Alicante province.

According to estimates by the Regulatory Council of the PDO, approximately 90 million paper bags were used in the latest campaign to protect the production area under the PDO.

Moreover, bagging is a completely artisanal task, providing employment to between 6,000 and 8,000 people in the seven municipalities of the so-called Valley of Grapes.

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

RAISIN DE TABLE

Le raisin de table avec Appellation d'Origine Protégée (AOP) Vinalopó a vendu plus de 1,5 million de kilos à l'exportation en 2024

En 2024, le raisin de table bénéficiant de l'Appellation d'Origine Protégée (AOP) « Vinalopó » a commercialisé un total de 4,75 millions de kilogrammes, dont plus de 1,5 million de kilos ont été exportés à l'international. Environ 3,2 millions de kilos ont été destinés au marché national.

La production inscrite en culture a atteint près de 32 500 tonnes réparties sur sept variétés : Aledo, Ideal, Rosetti, Doña María, Dominga, Victoria et Red Globe. Il convient de souligner que quelque 285 agriculteurs ont cultivé cette vigne sur 2 107 parcelles couvrant une superficie totale de 1 386 hectares.

La campagne 2024 a été globalement positive, avec de bonnes performances sur le marché tant pour les variétés précoces que pour la variété tardive Aledo. Des conditions climatiques stables ont facilité la récolte ainsi que le nettoyage et la sélection en entrepôt.

Le raisin de table AOP Vinalopó se distingue des autres par son système de culture unique, qui consiste à envelopper chaque grappe dans un sac en papier spécial (« emballage en sac »), où les raisins mûrissent directement dans le champ jusqu'à la récolte. Cette pratique est exclusive à cette vallée d'Alicante en raison de son microclimat particulier, unique dans cette zone. Ces caractéristiques lui ont valu la plus haute distinction européenne pour un produit alimentaire : l'Appellation d'Origine Protégée.

Le consommateur préfère ce raisin non seulement pour son label de qualité garantissant toutes les garanties associées, mais aussi pour les bénéfices que procure l'emballage en sac, parmi lesquels on peut citer la couleur uniforme des grappes, une peau plus fine des grains grâce à la filtration des rayons du soleil, et la protection contre les intempéries telles que la grêle, le vent ou la pluie. Le goût amélioré provient du retard de maturation de la grappe que cette technique permet.

L'origine de cette technique d'emballage remonte à 1919, lorsque seule une petite surface cultivait la variété Valencín Blanco, aujourd'hui difficile à trouver. La méthode d'emballage du raisin de table doit son invention à M. Manuel Bonmatí Abad (1883-1969).

Il est important de souligner que seules sept communes au monde produisent ces raisins si singuliers en utilisant cette technique : Agost, Aspe, Hondón de las Nieves, Hondón de los Frailes, La Romana, Monforte del Cid et Novelda, toutes situées dans la vallée de Vinalopó, dans la province d'Alicante.

Selon les estimations du Conseil de Régulation de l'AOP, environ 90 millions de sacs en papier ont été utilisés lors de la dernière campagne pour protéger le périmètre de production couvert par l'AOP.

L'emballage en sac est également une activité entièrement artisanale, qui emploie entre 6 000 et 8 000 personnes dans les sept communes de la vallée des raisins.

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

TAFELTRAUBEN

Tafeltrauben mit geschützter Ursprungsbezeichnung (g.U.) Vinalopó exportierten im Jahr 2024 über 1,5 Millionen Kilogramm

Im Jahr 2024 wurden insgesamt 4,75 Millionen Kilogramm Tafeltrauben mit der geschützten Ursprungsbezeichnung (g.U.) „Vinalopó“ vermarktet, davon mehr als 1,5 Millionen Kilogramm für den Export ins Ausland. Etwa 3,2 Millionen Kilogramm gingen an den nationalen Markt.

Die registrierte Feldproduktion erreichte knapp 32.500 Tonnen, verteilt auf sieben Sorten: Aledo, Ideal, Rosetti, Doña María, Dominga, Victoria und Red Globe. Es ist erwähnenswert, dass rund 285 Landwirte diese Trauben auf 2.107 Parzellen mit einer Gesamtfläche von 1.386 Hektar anbauten.

Die Kampagne 2024 verlief insgesamt positiv, da sowohl frühe als auch späte Sorten wie Aledo gute Marktergebnisse erzielten. Stabile Wetterbedingungen erleichterten die Ernte sowie die Reinigung und Sortierung in den Lagerhallen.

Die Tafeltraube mit g.U. Vinalopó unterscheidet sich durch ihr einzigartiges Anbausystem, bei dem jede Traube in eine spezielle Papiertüte („Beutelmethode“) eingehüllt wird, in der sie auf dem Feld reift, bis sie geerntet wird. Diese Praxis wird ausschließlich im Tal von Alicante angewandt, aufgrund des besonderen Mikroklimas, das nur in dieser Region existiert. Diese Eigenschaften haben der Traube die höchste europäische Auszeichnung für Lebensmittelprodukte eingebracht: die geschützte Ursprungsbezeichnung.

Der Verbraucher bevorzugt diese Traube nicht nur wegen der Qualitätssicherung durch das Gütesiegel, sondern auch wegen der Vorteile der Beutelmethode. Dazu zählen eine einheitliche Farbe aller Trauben, dünnere Traubenhäute, da die Tüten die Sonneneinstrahlung filtern und die Trauben vor Unwettern wie Hagel, Wind und Regen schützen, sowie ein besserer Geschmack, der durch die verzögerte Reifung am Stock entsteht, die das Verfahren ermöglicht.

Der Ursprung der Beutelmethode geht auf das Jahr 1919 zurück, als nur eine kleine Anbaufläche der Sorte Valencín Blanco kultiviert wurde, die heute nur noch selten zu finden ist. Die Technik wurde vom Erfinder Herrn Manuel Bonmatí Abad (1883-1969) entwickelt.

Es ist hervorzuheben, dass nur sieben Gemeinden weltweit 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 im Vinalopó-Tal in der Provinz Alicante gelegen.

Laut Schätzungen des Kontrollrats der g.U. wurden in der letzten Kampagne rund 90 Millionen Papiertüten verwendet, um den vom Schutzgebiet abgedeckten Produktionsbereich zu schützen.

Die Beutelmethode ist zudem eine vollständig handwerkliche Tätigkeit, die zwischen 6.000 und 8.000 Menschen in den sieben Gemeinden des sogenannten Traubentals beschäftigt.

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



TEXTIL

El sector textil alicantino consolida su presencia internacional en 2024, pese a un entorno económico desafiante.

Durante el año 2024, la industria textil de la provincia de Alicante y de la Comunidad Valenciana ha demostrado una notable capacidad de resistencia y adaptación en un contexto económico complejo, reafirmando su posicionamiento en los mercados internacionales. Según datos del CITYC, las exportaciones textiles de la Comunidad Valenciana alcanzaron los 1.038 millones de euros, lo que representa un descenso del 2,0 % respecto al año anterior, mientras que las importaciones crecieron un 2,6 %, hasta los 1.458 millones de euros.

El empleo en el sector se ha mantenido relativamente estable, con 21.760 trabajadores en 2024, si bien se registra una ligera caída del 1,9 % respecto a 2023. En cuanto al tejido empresarial, 1.440 empresas textiles están activas en la Comunidad, un aumento del 1,9 %, reflejo del dinamismo del sector a pesar del entorno inflacionista y regulatorio.

En términos generales, el sector textil español exportó en 2024 un total de 18.416 millones de euros, con un crecimiento del 3,1 % respecto a 2023. Las manufacturas textiles representaron 4.730 millones, mientras que el vestuario de punto y confección alcanzó los 13.685 millones de euros, con incrementos del 1,9 % y 3,6 % respectivamente.

Los principales destinos de exportación para el textil español en 2024 fueron:

- Francia (14,9 % del total exportado),
- Italia (13,3 %),
- Portugal (9,7 %),
- Polonia (9,7 %) y
- Alemania (8,3 %).

En el caso de la Comunidad Valenciana, cabe destacar también el creciente papel de países como Marruecos (7,5 %), que representa el 28,4 % del crecimiento interanual, y de Estados Unidos (2,1 % del total), con un crecimiento del 21,7 %.

Desde el punto de vista del producto, los artículos con mayor volumen de exportación han sido los tejidos (1.544 millones de €; +4,6 %), los artículos técnicos (1.157 millones de €; +4,5 %), y los tejidos de punto (414 millones de €; +0,6 %).

La participación de empresas alicantinas en ferias clave como Heimtextil Frankfurt, donde 15 empresas del área L'Alcoià-Comtat representaron el 27 % de la delegación valenciana, ha sido clave para mantener la visibilidad internacional del textil alicantino.

En paralelo, el sector trabaja intensamente en su adaptación a las nuevas exigencias medioambientales y de economía circular, así como en su transformación digital y en la mejora de su eficiencia energética. Iniciativas como Adatex, Masde y los proyectos de internacionalización como Admantex2i (Japón) o xBuild-EU (Oriente Medio) marcan la hoja de ruta de cara a 2025.

En resumen, y a pesar de los retos, el sector textil de Alicante y de la Comunidad Valenciana mantiene su peso estratégico en el tejido industrial y exportador regional, con una clara vocación internacional y compromiso con la sostenibilidad e innovación.

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

TEXTILES

The Textile Sector in Alicante Strengthens Its International Presence in 2024 Despite a Challenging Economic Environment.

Throughout 2024, the textile industry in the province of Alicante and the wider Valencian Community has demonstrated significant resilience and adaptability in a complex economic context, reinforcing its position in international markets. According to data from CITYC, textile exports from the Valencian Community reached €1.038 billion, representing a 2.0% decrease compared to the previous year, while imports increased by 2.6%, amounting to €1.458 billion.

Employment in the sector remained relatively stable, with 21,760 workers in 2024, reflecting a modest decline of 1.9% compared to 2023. The business landscape also showed positive signs, with 1,440 active textile companies in the region—a 1.9% increase—demonstrating the sector's dynamism despite inflationary and regulatory pressures.

Nationally, the Spanish textile sector exported a total of €18.416 billion in 2024, marking a 3.1% growth over 2023. Textile manufacturing accounted for €4.73 billion, while knitted and woven apparel reached €13.685 billion, with respective increases of 1.9% and 3.6%.

The main export destinations for Spanish textile products in 2024 were:

- France (14.9% of total exports),
- Italy (13.3%),
- Portugal (9.7%),
- Poland (9.7%) and
- Germany (8.3%).

In the case of the Valencian Community, notable growth was also observed in exports to Morocco (7.5%), which accounted for 28.4% of year-on-year growth, as well as to the United States (2.1% of total exports), with a remarkable 21.7% increase.

By product category, the most significant export volumes in 2024 came from fabrics (€1.544 billion; +4.6%), technical textiles (€1.157 billion; +4.5%), and knitted fabrics (€414 million; +0.6%).

The participation of Alicante-based companies in key trade fairs, such as Heimtextil Frankfurt—where 15 companies from the L'Alcoià-Comtat region represented 27% of the Valencian delegation—was crucial in maintaining the international visibility of the region's textile industry.

Concurrently, the sector is actively working to adapt to new environmental and circular economy regulations, accelerate digital transformation, and improve energy efficiency. Initiatives such as Adatex, Masde, and internationalisation projects like Admantex2i (Japan) and xBuild-EU (Middle East) are guiding its strategic roadmap for 2025.

In conclusion, despite ongoing challenges, the textile sector in Alicante and the Valencian Community maintains its strategic importance within the region's industrial and export framework, underpinned by a strong international focus and a commitment to sustainability and innovation.

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

TEXTILE

Le secteur textile d'Alicante renforce sa présence internationale en 2024 malgré un contexte économique difficile.

En 2024, l'industrie textile de la province d'Alicante et de l'ensemble de la Communauté valencienne a fait preuve d'une grande résilience et d'une forte capacité d'adaptation face à un contexte économique complexe, consolidant sa position sur les marchés internationaux. Selon les données du CITYC, les exportations textiles de la Communauté valencienne se sont élevées à 1.038 milliards d'euros, soit une baisse de 2,0 % par rapport à l'année précédente, tandis que les importations ont progressé de 2,6 % pour atteindre 1.458 milliards d'euros.

L'emploi dans le secteur est resté relativement stable, avec 21.760 personnes employées en 2024, ce qui représente une légère baisse de 1,9 % par rapport à 2023. Le tissu entrepreneurial présente des signes positifs, avec 1.440 entreprises textiles actives dans la région, soit une augmentation de 1,9 %, témoignant du dynamisme du secteur malgré les pressions inflationnistes et réglementaires.

Au niveau national, le secteur textile espagnol a exporté en 2024 un total de 18,416 milliards d'euros, soit une croissance de 3,1 % par rapport à 2023. Les produits manufacturés textiles ont représenté 4,73 milliards d'euros, tandis que les vêtements en maille et confectionnés ont atteint 13,685 milliards d'euros, avec des hausses respectives de 1,9 % et 3,6 %.

Les principaux marchés d'exportation pour les produits textiles espagnols en 2024 ont été :

- la France (14,9 % du total exporté),
- l'Italie (13,3 %),
- le Portugal (9,7 %),
- la Pologne (9,7 %) et
- l'Allemagne (8,3 %).

Pour la Communauté valencienne, on observe également une progression significative vers des destinations comme le Maroc (7,5 %), représentant 28,4 % de la croissance annuelle, ainsi que les États-Unis (2,1 % du total), avec une croissance remarquable de 21,7 %.

Par catégorie de produits, les plus fortes exportations en 2024 proviennent des tissus (1,544 milliard € ; +4,6 %), des articles techniques (1,157 milliard € ; +4,5 %) et des tissus en maille (414 millions € ; +0,6 %).

La participation des entreprises alicantines à des salons de référence comme Heimtextil Francfort – avec 15 entreprises de la région de L'Alcoià-Comtat, représentant 27 % de la délégation valencienne – a joué un rôle clé pour maintenir la visibilité internationale du secteur textile local.

Parallèlement, le secteur poursuit son adaptation aux nouvelles réglementations environnementales et à l'économie circulaire, tout en accélérant sa transformation numérique et en renforçant son efficacité énergétique. Des projets tels que Adatex, Masde ou encore les initiatives internationales Admantex2i (Japon) et xBuild-EU (Moyen-Orient) structurent la stratégie à horizon 2025.

En résumé, malgré les défis, le secteur textile d'Alicante et de la Communauté valencienne conserve son rôle stratégique dans le tissu industriel et exportateur régional, soutenu par une forte orientation internationale et un engagement en faveur de la durabilité et de l'innovation.

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

TEXTILIEN

Der Textilsektor von Alicante konsolidiert seine internationale Präsenz im Jahr 2024, trotz eines schwierigen wirtschaftlichen Umfelds.

Im Jahr 2024 hat die Textilindustrie der Provinz Alicante und der Autonomen Gemeinschaft Valencia eine bemerkenswerte Widerstandsfähigkeit und Anpassungsfähigkeit in einem komplexen wirtschaftlichen Umfeld bewiesen und ihre Position auf den internationalen Märkten bekräftigt. Nach Angaben der CITYC erreichten die Textilausfuhren der Autonomen Gemeinschaft Valencia 1.038 Millionen Euro, was einem Rückgang von 2,0 % gegenüber dem Vorjahr entspricht, während die Einfuhren um 2,6 % auf 1.458 Millionen Euro stiegen.

Die Beschäftigung im Sektor ist mit 21.760 Arbeitnehmern im Jahr 2024 relativ stabil geblieben, auch wenn ein leichter Rückgang von 1,9 % im Vergleich zu 2023 zu verzeichnen ist. In der Gemeinschaft sind 1.440 Textilunternehmen tätig, was einem Anstieg von 1,9 % entspricht und die Dynamik des Sektors trotz des inflationären und regulatorischen Umfelds widerspiegelt.

Generell exportierte der spanische Textilsektor im Jahr 2024 insgesamt 18.416 Millionen Euro, was einem Wachstum von 3,1 % gegenüber 2023 entspricht. Auf Textilerzeugnisse entfielen 4.730 Millionen Euro, während Strickwaren und Bekleidung 13.685 Millionen Euro erreichten, mit einem Anstieg von 1,9 % bzw. 3,6 %.

Die wichtigsten Exportziele für spanische Textilien im Jahr 2024 sind:

- Frankreich (14,9 % der Gesamtexporte),
- Italien (13,3 %),
- Portugal (9,7 %),
- Polen (9,7 %) und
- Deutschland (8,3 %).

Im Fall der Autonomen Gemeinschaft Valencia ist die wachsende Rolle von Ländern wie Marokko (7,5 %), das 28,4 % des Wachstums im Vergleich zum Vorjahr ausmacht, und den Vereinigten Staaten (2,1 % des Gesamtvolumens) mit einem Wachstum von 21,7 % hervorzuheben.

Nach Produkten betrachtet, waren die Artikel mit dem höchsten Exportvolumen Textilien (1.544 Millionen Euro; +4,6 %), technische Artikel (1.157 Millionen Euro; +4,5 %) und Maschenwaren (414 Millionen Euro; +0,6 %).

Die Teilnahme von Unternehmen aus Alicante an wichtigen Messen wie der Heimtextil Frankfurt, bei der 15 Unternehmen aus dem Gebiet L'Alcoià-Comtat 27 % der valencianischen Delegation stellten, war der Schlüssel zur Aufrechterhaltung der internationalen Sichtbarkeit der Textilindustrie Alicantes.

Parallel dazu arbeitet der Sektor hart daran, sich an die neuen Umwelt- und Kreislaufwirtschaftsanforderungen anzupassen, sowie an seine digitale Transformation und die Verbesserung seiner Energieeffizienz. Initiativen wie Adatex, Masde und Internationalisierungsprojekte wie Admantex2i (Japan) oder xBuild-EU (Nahe Osten) geben den Fahrplan für 2025 vor.

Kurzum, trotz der Herausforderungen behält der Textilsektor in Alicante und der Region Valencia sein strategisches Gewicht im regionalen Industrie- und Exportgefüge, mit einer klaren internationalen Ausrichtung und einem Engagement für Nachhaltigkeit und Innovation.

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



ALFOMBRAS Y MOQUETAS

El sector alicantino de la “alfombra y moqueta” aumenta, significativamente, sus exportaciones en 2024 a pesar de la coyuntura internacional desfavorable.

El balance de las exportaciones valencianas del sector “Alfombra y Moqueta” referido a 2024 finalizó con un crecimiento del 17,1% respecto al ejercicio anterior, consolidando, con ello, y a pesar de la coyuntura adversa a nivel geopolítico e inflacionario la tendencia alcista alcanzada en 2023.

Si nos referimos al dato de la provincia de Alicante, este ratio también experimentó un aumento significativo, concretamente del 12,2% respecto a 2023, derivado de las cifras positivas tanto del producto punzonado (Tufting) como tejido (asociado tradicionalmente al municipio de Crevillente), si bien cabe destacar que en el segundo caso dicho incremento duplicó al primero.

En la provincia de Alicante, el producto más identificativo del municipio de Crevillente (alfombra y moqueta tejida), nos encontramos con incrementos muy considerables en mercados como Kazajstán (+28.937,7%), India (+450,2%), México (+169,2%), Portugal (+61,9%), Alemania (+60,8%), Países Bajos (+54,8%), Francia (+25,9%), República Checa (+25,2%), Italia (+15,6%) e Irlanda (1,9%). Por el lado de los descensos, se sitúan destinos como Corea del Sur (-37,9%), Reino Unido (-29,61%), Suiza (-13,5%), Estados Unidos (-10%) y Suecia (-2%).

De tal forma, el listado de los quince primeros países del ranking de la partida específica de “Alfombra y Moqueta Mecánica” en la Provincia de Alicante, se plasmaría a continuación: 1º Portugal, 2º Francia, 3º Irlanda, 4º Reino Unido, 5º Estados Unidos, 6º República Checa, 7º India, 8º Italia, 9º Alemania, 10º Corea Del Sur, 11º Países Bajos, 12º Suecia, 13º Kazajstán, 14º Suiza Y 15º México.

En este caso, las conclusiones más relevantes pasarían por la significativa caída del primer al cuarto puesto de Reino Unido, exactamente en sentido inverso a 2023. Lo mismo ocurrió con Estados Unidos, que pasó del segundo al quinto puesto, mientras que Portugal ascendió del cuarto al primero y Francia del quinto al segundo. Por otro lado, Irlanda y República Checa y Alemania mantuvo el tercer, sexto y noveno lugar respectivamente, India escaló siete puestos y Países Bajos dos, mientras que Italia, Corea del Sur, Países Bajos, Suecia y Suiza cayeron entre uno y tres posiciones. Un último aspecto llamativo es la irrupción en este Ranking de Kazajstán y México.

Tras este análisis, la conclusión general es claramente satisfactoria al alcanzar incrementos significativos en la mayoría de mercados, acompañado por entradas de nuevos destinos como los anteriormente reseñados, Kazajstán y México, aunque con un cierto resquicio negativo por cuanto mercados tan relevantes históricamente como Estados Unidos y Reino Unido perdieron el impulso de 2023 y cerraron el ejercicio con caídas.

Desde el punto de vista de análisis de la demanda, y como se anticipaba al inicio, la misma estuvo totalmente condicionada por el escenario económico y geopolítico a nivel internacional, aspecto que se sigue repitiendo en los dos últimos ejercicios, y si bien es cierto que la reducción de los efectos inflacionistas generaron un relajamiento de las políticas restrictivas del Banco Central Europeo no se dio la misma diná-

CARPETS, RUGS AND FLOOR COVERINGS

The carpet and rug sector in Alicante significantly increases its exports in 2024 despite an unfavourable international context.

The export balance for the Valencian “Carpet and Rug” sector in 2024 closed with a growth of 17.1% compared to the previous year, thereby consolidating, despite the adverse geopolitical and inflationary context, the upward trend already observed in 2023.

Focusing on the data specific to the province of Alicante, the growth rate also experienced a significant increase, specifically 12.2% compared to 2023. This was driven by positive figures in both tufted and woven products (the latter traditionally associated with the municipality of Crevillente), with the woven segment doubling the growth seen in the tufted segment.

Examining the most relevant destination markets for Valencian exports, almost all of them recorded increases, with the exception of traditionally leading markets such as the United States, the United Kingdom, and Ireland. Notable increases were seen in India (+385.7%), Poland (+142.4%), Sweden (+121.5%), Belgium (+103.5%), Morocco (+59.6%), Germany (+51.4%), the Netherlands (+35.6%), Italy (+34.2%), Portugal (+19%), Switzerland (+12.3%), and France (+8.7%). Conversely, declines were recorded in the United Kingdom (-16%), the United States (-4.4%), and Ireland (-2.9%).

Focusing on our immediate area of influence—the province of Alicante—and specifically on the most emblematic product of Crevillente (woven carpets and rugs), we observe very considerable increases in markets such as Kazakhstan (+28,937.7%), India (+450.2%), Mexico (+169.2%), Portugal (+61.9%), Germany (+60.8%), the Netherlands (+54.8%), France (+25.9%), the Czech Republic (+25.2%), Italy (+15.6%), and Ireland (+1.9%). On the other hand, declines were noted in destinations such as South Korea (-37.9%), the United Kingdom (-29.61%), Switzerland (-13.5%), the United States (-10%), and Sweden (-2%).

Accordingly, the list of the top fifteen countries in the ranking for the specific category of “Mechanically-Made Carpets and Rugs” in the Province of Alicante is presented below: 1st Portugal, 2nd France, 3rd Ireland, 4th United Kingdom, 5th United States, 6th Czech Republic, 7th India, 8th Italy, 9th Germany, 10th South Korea, 11th Netherlands, 12th Sweden, 13th Kazakhstan, 14th Switzerland, and 15th Mexico.

In this case, the most relevant conclusions highlight the significant decline of the United Kingdom from first to fourth position, reversing its 2023 trajectory. A similar trend occurred with the United States, which dropped from second to fifth place, whereas Portugal rose from fourth to first and France from fifth to second. Meanwhile, Ireland, the Czech Republic, and Germany retained their positions at third, sixth, and ninth, respectively. India climbed seven places, and the Netherlands advanced by two. In contrast, Italy, South Korea, the Netherlands, Sweden, and Switzerland fell between one and three positions. Notably, Kazakhstan and Mexico entered the ranking for the first time.

Following this analysis, the overall conclusion is clearly positive, marked by significant growth in most markets and the entry of new destinations such as Kazakhstan and Mexico. Nonetheless, there remains a slightly negative aspect, as histori-

TAPIS ET MOQUETTES

Le secteur alicantin de la moquette et du tapis augmente significativement ses exportations en 2024, malgré une conjoncture internationale défavorable.

Le bilan des exportations de la Communauté valencienne dans le secteur des « Tapis et Moquettes » pour l'année 2024 s'est soldé par une croissance de 17,1 % par rapport à l'exercice précédent, consolidant ainsi – et en dépit d'un contexte géopolitique et inflationniste défavorable – la tendance haussière amorcée en 2023.

S'agissant plus spécifiquement de la province d'Alicante, cette dernière a également enregistré une progression significative de ses exportations, en hausse de 12,2 % par rapport à 2023, grâce aux résultats positifs tant pour le produit tufté (Tufting) que pour le produit tissé (traditionnellement associé à la commune de Crevillent). Il convient toutefois de souligner que, dans le second cas, la hausse enregistrée a été deux fois plus importante que dans le premier.

Dans la province d'Alicante, le produit le plus emblématique de la commune de Crevillent (le tapis et la moquette tissés) a enregistré des hausses très significatives sur des marchés tels que le Kazakhstan (+28 937,7 %), l'Inde (+450,2 %), le Mexique (+169,2 %), le Portugal (+61,9 %), l'Allemagne (+60,8 %), les Pays-Bas (+54,8 %), la France (+25,9 %), la République tchèque (+25,2 %), l'Italie (+15,6 %) et l'Irlande (+1,9 %). Du côté des baisses, figurent des destinations telles que la Corée du Sud (-37,9 %), le Royaume-Uni (-29,61 %), la Suisse (-13,5 %), les États-Unis (-10 %) et la Suède (-2 %).

Ainsi, la liste des quinze premiers pays du classement pour la catégorie spécifique des « Tapis et Moquettes Mécaniques » dans la province d'Alicante s'établit comme suit : 1er Portugal, 2e France, 3e Irlande, 4e Royaume-Uni, 5e États-Unis, 6e République tchèque, 7e Inde, 8e Italie, 9e Allemagne, 10e Corée du Sud, 11e Pays-Bas, 12e Suède, 13e Kazakhstan, 14e Suisse et 15e Mexique.

Dans ce contexte, les conclusions les plus notables concernent la chute significative du Royaume-Uni, passé de la première à la quatrième position, soit une inversion exacte de la tendance observée en 2023. Il en va de même pour les États-Unis, qui reculent de la deuxième à la cinquième place, tandis que le Portugal progresse du quatrième au premier rang, et la France du cinquième au deuxième. Par ailleurs, l'Irlande, la République tchèque et l'Allemagne conservent respectivement les troisième, sixième et neuvième positions. L'Inde grimpe de sept places et les Pays-Bas de deux, tandis que l'Italie, la Corée du Sud, les Pays-Bas, la Suède et la Suisse reculent entre une et trois positions. Un fait marquant réside dans l'entrée du Kazakhstan et du Mexique dans ce classement.

À l'issue de cette analyse, la conclusion générale s'avère clairement satisfaisante, avec des hausses significatives dans la majorité des marchés, accompagnées de l'ouverture de nouveaux débouchés comme le Kazakhstan et le Mexique. Néanmoins, une nuance plus négative subsiste dans la mesure où des marchés historiquement essentiels tels que les États-Unis et le Royaume-Uni ont perdu l'élan acquis en 2023, clôturant l'exercice par des baisses.

Du point de vue de l'analyse de la demande, et comme cela avait été anticipé au début, celle-ci a été entièrement conditionnée par le contexte économique et géopolitique international – un phénomène qui s'est répété au cours des deux

TEPPICHE UND AUSLEGWARE

Die Teppich- und Auslegwarenbranche in der Provinz Alicante steigert im Jahr 2024 ihre Exporte signifikant - trotz ungünstiger internationaler Rahmenbedingungen.

Die Exportbilanz der valencianischen Teppich- und Auslegwarenbranche für das Jahr 2024 schloss mit einem Wachstum von 17,1 % gegenüber dem Vorjahr ab. Damit wurde - trotz widriger geopolitischer und inflationsbedingter Umstände - der bereits im Jahr 2023 eingeschlagene Wachstumstrend gefestigt.

Bezogen auf die Provinz Alicante verzeichnete auch diese einen erheblichen Anstieg der Exporte, konkret um 12,2 % gegenüber 2023. Dieses Wachstum ist sowohl auf die positiven Ergebnisse im Segment der getufteten Produkte (Tufting) als auch der gewebten Erzeugnisse (traditionell mit der Gemeinde Crevillent verbunden) zurückzuführen - wobei letztere den Zuwachs des ersteren sogar verdoppeln konnten.

In der Provinz Alicante, insbesondere im Hinblick auf das für Crevillent charakteristische Produkt (gewebte Teppiche und Auslegwaren), sind beträchtliche Steigerungen in Märkten wie Kasachstan (+28.937,7 %), Indien (+450,2 %), Mexiko (+169,2 %), Portugal (+61,9 %), Deutschland (+60,8 %), Niederlande (+54,8 %), Frankreich (+25,9 %), Tschechien (+25,2 %), Italien (+15,6 %) und Irland (+1,9 %) zu verzeichnen. Rückgänge gab es hingegen in Südkorea (-37,9 %), dem Vereinigten Königreich (-29,61 %), der Schweiz (-13,5 %), den Vereinigten Staaten (-10 %) und Schweden (-2 %).

Daraus ergibt sich folgendes Ranking der fünfzehn wichtigsten Exportmärkte für mechanisch hergestellte Teppiche und Auslegwaren aus der Provinz Alicante: Portugal, 2. Frankreich, 3. Irland, 4. Vereinigtes Königreich, 5. Vereinigte Staaten, 6. Tschechien, 7. Indien, 8. Italien, 9. Deutschland, 10. Südkorea, 11. Niederlande, 12. Schweden, 13. Kasachstan, 14. Schweiz und 15. Mexiko.

Besonders erwähnenswert ist dabei der signifikante Rückgang des Vereinigten Königreichs vom ersten auf den vierten Platz - genau entgegengesetzt zum Verlauf im Jahr 2023. Gleiches gilt für die Vereinigten Staaten, die vom zweiten auf den fünften Rang fielen. Portugal hingegen stieg vom vierten auf den ersten Platz, Frankreich vom fünften auf den zweiten. Irland, Tschechien und Deutschland behielten jeweils ihre Plätze drei, sechs und neun. Indien kletterte um sieben Positionen, die Niederlande um zwei. Italien, Südkorea, Schweden und die Schweiz verzeichneten Rückgänge zwischen einer und drei Positionen. Bemerkenswert ist zudem der erstmalige Eintritt von Kasachstan und Mexiko in das Ranking.

Aus dieser Analyse lässt sich ein insgesamt positives Fazit ziehen: Es konnten in den meisten Zielmärkten deutliche Zuwächse erzielt und neue Märkte wie Kasachstan und Mexiko erschlossen werden. Wenngleich es als nachteilig zu bewerten ist, dass historisch bedeutende Märkte wie die Vereinigten Staaten und das Vereinigte Königreich ihre Dynamik aus dem Jahr 2023 verloren und das Jahr mit Rückgängen abschlossen.

Die Nachfrageanalyse - wie eingangs bereits angedeutet - war im Wesentlichen vom internationalen wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld bestimmt, ein Aspekt, der sich auch in den letzten zwei Geschäftsjahren widerspiegelt. Zwar führten rückläufige Inflationseffekte zu einer Lockerung der restriktiven Maßnahmen durch die Europäische Zentralbank, jedoch setzte



mica la Reserva Federal Americana ya que, aún con niveles inflacionistas más bajos, continuaron siendo elevados. Por otro lado, los conflictos de Rusia-Ucrania y Palestina-Irán-Israel se agudizaron, manteniendo una importante inestabilidad y polarización en el mercado internacional.

A nivel nacional, la situación mantuvo la misma dinámica que en el ejercicio 2023 con altos tipos impositivos, alta inflación, altos costes empresariales, reducciones de márgenes comerciales y caída de la competitividad frente a la competencia.

En cuanto a las perspectivas de 2025, a éste escenario se suma una política arancelaria inesperada por parte de la administración Trump que ha ampliado exponencialmente las dosis de incertidumbre y generado grandes oscilaciones en los mercados financieros y de demanda respecto al mercado norteamericano provocando grandes amenazas en la mayoría de casos y algunas oportunidades en otros, en éste último caso porque los porcentajes impuestos a la importación de producto procedente de China supera en diez veces las establecidas para Europa. Esta circunstancia podría suponer una repercusión muy reseñable en las exportaciones de determinados países y/o productos a dicho mercado aunque las constantes variaciones en las decisiones y porcentajes no permite establecer a las empresas una previsión certera ni una estrategia a medio y largo plazo.

Respecto al ámbito doméstico, la situación es exactamente la misma que en 2023 pero más agudizada, si cabe, siendo totalmente actuales todos los análisis realizados entonces, con una gran polarización que ha invadido la vida política y social distraiendo y apartando el foco del que debiera suponer el objetivo prioritario, como es la unidad de esfuerzos colectivos que permitiera a éste país, y sus empresas, competir en el mercado internacional con altas dosis de competitividad dado el talento y conocimiento con el que se cuenta.

A pesar de todo ello, los datos reflejados en los primeros meses de 2025 son francamente positivos, con incrementos del 10% en la provincia de Alicante, en este caso liderado claramente por la alfombra y moqueta punzonada (Tufting).

Una vez más, los factores externos a la gestión empresarial condicionan las relaciones comerciales internacionales, en este caso negativamente al truncar el clima de estabilidad que necesita el mercado y nuestras empresas para demostrar su capacidad, conocimiento y talento, generando con ello, la diferenciación derivada de sus altos valores añadidos distintos al precio.

Aun con ello, y de nuevo, se ha puesto de manifiesto el esfuerzo del sector empresarial de la alfombra y moqueta para poder adaptarse a los cambios del entorno, por muy desfavorables que sean, cubriendo la demanda de mercados con hábitos de consumo y necesidades tan distintas, sustituyendo las pérdidas de negocio de parte de ellos con la consolidación en otros e, incluso, la apertura de nuevos. Precisamente este compromiso empresarial es el que ha permitido en los últimos trece 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 e, incluso, bajo este escenario, alcanzar resultados positivos.

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

cally important markets like the United States and the United Kingdom lost the momentum achieved in 2023 and ended the year with declines.

From a demand analysis perspective, as previously anticipated, the market was entirely shaped by the global economic and geopolitical landscape—an aspect that has consistently affected the last two fiscal years. While it is true that a decrease in inflationary pressures allowed for a relaxation of the European Central Bank's restrictive policies, this was not mirrored by the U.S. Federal Reserve, which continued with elevated rates despite lower inflation levels. Additionally, the Russia-Ukraine and Palestine-Iran-Israel conflicts escalated, maintaining high levels of instability and polarization in international markets.

Domestically, the situation followed the same pattern as in 2023, with high tax burdens, persistent inflation, elevated business costs, shrinking profit margins, and a decline in competitiveness compared to international rivals.

Regarding the outlook for 2025, an unexpected tariff policy introduced by the Trump administration has further amplified uncertainty, causing substantial fluctuations in financial and demand markets, particularly in North America. In most cases, this presents significant threats, although in some instances it may offer opportunities—especially considering that tariffs on Chinese products are ten times higher than those applied to European goods. This situation could notably impact exports from certain countries and/or product segments to the U.S. market. However, the constant changes in policies and tariff percentages hinder companies from establishing reliable forecasts or medium- to long-term strategies.

At the national level, the scenario remains unchanged from 2023, though further exacerbated. All previous analyses remain fully relevant, with increasing political and social polarization diverting attention from what should be the principal focus: uniting collective efforts to enable the country and its businesses to compete internationally with high levels of competitiveness, drawing on their existing talent and expertise.

Despite all of this, the data recorded in the early months of 2025 are notably positive, with a 10% increase in the Province of Alicante—driven predominantly by tufted carpets and rugs.

Once again, external factors beyond business control have influenced international trade relations—this time negatively—by disrupting the stability that markets and companies require to showcase their capabilities, expertise, and innovation, which are the true sources of differentiation beyond pricing.

Nevertheless, the carpet and rug industry has once more demonstrated its resilience and adaptability in the face of adverse conditions. It has successfully met the demand of markets with vastly different consumer habits and requirements, offsetting losses in some regions by consolidating in others and even expanding into new markets. It is precisely this entrepreneurial commitment that has enabled the sector's transformation over the past thirteen years, leading to the current levels of exports and cushioning the business impact of today's challenging landscape—ultimately allowing for the achievement of positive results even under such circumstances.

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

derniers exercices. Bien qu'une atténuation des effets inflationnistes ait conduit à un assouplissement des politiques restrictives de la Banque centrale européenne, cette dynamique n'a pas été suivie par la Réserve fédérale américaine, qui a maintenu des taux élevés malgré une inflation en baisse. Par ailleurs, les conflits entre la Russie et l'Ukraine, ainsi qu'entre la Palestine, l'Iran et Israël, se sont intensifiés, accentuant l'instabilité et la polarisation des marchés internationaux.

Sur le plan national, la situation a poursuivi la même tendance qu'en 2023, marquée par une fiscalité élevée, une inflation soutenue, des coûts d'exploitation importants, une réduction des marges commerciales et une perte de compétitivité face à la concurrence.

Concernant les perspectives pour 2025, à cette conjoncture s'ajoute une politique tarifaire inattendue de l'administration Trump, qui a considérablement accru l'incertitude et généré de fortes fluctuations sur les marchés financiers et la demande en lien avec le marché nord-américain. Cette situation engendre dans la plupart des cas de sérieuses menaces, bien que certaines opportunités puissent également en découler. En effet, les droits de douane appliqués aux importations de produits en provenance de Chine sont dix fois supérieurs à ceux imposés aux produits européens. Cela pourrait avoir un impact significatif sur les exportations de certains pays et/ou produits vers ce marché, bien que les changements constants de décisions et de taux ne permettent pas aux entreprises d'établir des prévisions fiables ni de stratégies à moyen ou long terme.

Au niveau national, la situation reste identique à celle de 2023, voire plus accentuée encore, rendant parfaitement actuelles les analyses précédemment réalisées. Le climat de forte polarisation qui s'est emparé de la vie politique et sociale détourne l'attention de ce qui devrait constituer l'objectif prioritaire : l'union des efforts collectifs permettant à notre pays et à ses entreprises de rivaliser sur le marché international grâce au talent et au savoir-faire dont ils disposent.

Malgré tout cela, les données des premiers mois de 2025 sont particulièrement encourageantes, avec une hausse de 10 % dans la province d'Alicante, tirée principalement par la moquette tuftée (Tufting).

Une fois de plus, des facteurs externes à la gestion des entreprises influencent les relations commerciales internationales, en l'occurrence de manière négative, en rompant le climat de stabilité dont les marchés et nos entreprises ont besoin pour démontrer leur savoir-faire, leurs compétences et leur talent, sources de différenciation par la valeur ajoutée, au-delà du prix.

Malgré cela, et encore une fois, le secteur entrepreneurial de la moquette et du tapis a démontré sa capacité d'adaptation face aux changements, aussi défavorables soient-ils, en répondant à la demande de marchés aux habitudes de consommation et aux besoins très diversifiés, en compensant les pertes de certains marchés par la consolidation sur d'autres, voire en accédant à de nouveaux marchés. C'est précisément cet engagement entrepreneurial qui a permis, au cours des treize dernières années, de transformer le secteur et d'atteindre ces niveaux d'exportation, permettant par ailleurs d'amortir l'impact de la conjoncture actuelle sur les résultats commerciaux et, dans certains cas, de dégager des résultats positifs malgré un contexte complexe.

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

die US-Notenbank diese Entwicklung nicht im selben Maße fort. Trotz niedrigerer Inflationsraten blieben die Leitzinsen in den USA weiterhin hoch. Hinzu kamen die verschärften Konflikte zwischen Russland und der Ukraine sowie zwischen Palästina, dem Iran und Israel, die zu erheblicher Instabilität und Polarisierung auf den internationalen Märkten führten.

Auf nationaler Ebene setzte sich die Entwicklung aus dem Jahr 2023 fort - mit hohen Steuern, anhaltender Inflation, steigenden Betriebskosten, sinkenden Gewinnspannen und einem Verlust an Wettbewerbsfähigkeit gegenüber der Konkurrenz.

Mit Blick auf 2025 wird das Szenario zusätzlich durch eine unerwartete Zollpolitik der Trump-Administration verschärft, die das Maß an Unsicherheit exponentiell erhöht hat. Diese führte zu erheblichen Schwankungen auf den Finanz- und Absatzmärkten mit Blick auf den nordamerikanischen Markt. In vielen Fällen stellen diese Maßnahmen Bedrohungen dar, eröffnen in anderen jedoch auch Chancen - insbesondere deshalb, weil die auf Importe aus China erhobenen Zölle zehnmal höher sind als jene für Produkte aus Europa. Diese Umstände könnten den Export bestimmter Länder oder Produkte auf diesen Markt deutlich beeinflussen. Allerdings verhindern die ständigen Änderungen bei Maßnahmen und Prozentsätzen eine verlässliche Planung oder langfristige Strategie der Unternehmen.

Im Inland zeigt sich die Lage im Vergleich zu 2023 unverändert, wenn nicht gar verschärft. Die seinerzeitigen Analysen behalten weiterhin uneingeschränkt Gültigkeit. Eine zunehmende politische und gesellschaftliche Polarisierung hat das öffentliche Leben durchdrungen und lenkt vom eigentlichen Ziel ab: nämlich der Bündelung kollektiver Anstrengungen, um dem Land und seinen Unternehmen eine konkurrenzfähige Position auf internationalen Märkten zu ermöglichen - gestützt auf Talent und Know-how.

Trotz all dieser Herausforderungen sind die Zahlen aus den ersten Monaten des Jahres 2025 ausgesprochen positiv: Die Provinz Alicante verzeichnete ein Exportwachstum von 10 %, angeführt von der Sparte der getufteten Teppiche und Auslegwaren (Tufting).

Einmal mehr beeinflussen externe Faktoren jenseits der unternehmerischen Kontrolle die internationalen Handelsbeziehungen - in diesem Fall negativ, da sie das notwendige Klima der Stabilität beeinträchtigen, das der Markt und die Unternehmen benötigen, um ihr Potenzial, Wissen und Talent unter Beweis zu stellen. Dadurch wird die Differenzierung durch hohen Mehrwert jenseits des Preises erschwert.

Nichtsdestotrotz zeigt sich erneut das Engagement der Teppich- und Auslegwarenbranche, sich auch unter widrigsten Umständen erfolgreich an ein sich wandelndes Umfeld anzupassen - durch die Erfüllung sehr unterschiedlicher Konsumgewohnheiten und Bedürfnisse internationaler Märkte, durch die Kompensation von Umsatzverlusten auf manchen Märkten mit Konsolidierungen auf anderen sowie durch die Erschließung neuer Absatzmärkte. Dieses unternehmerische Engagement war es letztlich, das in den vergangenen dreizehn Jahren die Transformation der Branche ermöglichte und zu den erreichten Exporthöhen geführt hat - was es wiederum erlaubt, die aktuellen Belastungen weniger stark auf die Geschäftszahlen wirken zu lassen und in einem schwierigen Umfeld dennoch positive Ergebnisse zu erzielen.

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



Consejo Regulador
de Jijona y Turrón de Alicante

TURRÓN

Jijona consolida posicionamiento en el mercado turrone-ro, a pesar de la incertidumbre comercial y la tendencia alcista de los precios al consumidor, con aproximadamente 20.530.000 tabletas de turrón protegido comercializados en el punto de venta.

La campaña del sector del turrón con Indicación Geográfica Protegida de 2024, resultado de los continuos esfuerzos comerciales para mantener el ritmo de ventas de los años anteriores, mantiene su tendencia al alza de los últimos años, tanto en el mercado nacional como extranjero, con una producción de 4.515.873 Kg de Turrón amparado y un peso medio por tableta de 220 g.

En esta línea de resultados, se cierra la temporada con un total de 20.530.762 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 24 operadores (Elaboradores-Envasadores) inscritos ante la entidad.

Durante esta última campaña, por el total de operadores inscritos, han sido registrada un total de 486 marcas comerciales inscritas lo que representa un crecimiento del 5.2% respecto a la campaña anterior. Concretamente, 93 marcas propias y 393 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, recogiendo el legado que les dejaron sus antecesores en dichas localidades o mercados, generación tras generación.

Considerándose exitoso el objetivo alcanzado con su distintivo de Calidad Diferenciada para los respectivos productos amparados, con un total de 2.915 referencias - entre las distintas líneas de producto: Turrón en tabletas, Turrón a granel, Turrón en crema o pasta) el Consejo Regulador Jijona y Turrón de Alicante, sigue velando año tras año, por el registro, el control, la certificación, la defensa, la promoción y el prestigio de los turrónes elaborados en el término municipal de Jijona por sus operadores inscritos.

En este sector, la Tradición no está reñida con la Innovación, sino van cogidas de la mano, y a través de la figura de calidad de la Indicación Geográfica Protegida ayudan a fidelizar y a garantizar al consumidor habitual del turrón elaborado en Jijona, que el producto que está adquiriendo, cumple con todas las expectativas de producto, que año tras año, ha venido consumiendo desde tiempos inmemoriales, preservando todas las características específicas y diferenciales que lo ha caracterizado y distinguido en el mercado, tanto en su composición - a través de las propiedades sensoriales, nutricionales, funcionales y saludables de sus ingredientes - como en su elaboración - mediante la vigilancia y el control de su proceso, por parte de las manos expertas de todo un Maestro Turroneiro.

El sector da empleo alrededor de 1.500 personas, la mayoría personal fijo discontinuo vinculado a la campaña turroneira jijonenca (28% Trabajadores Fijos / 49% Trabajadores Discontinuos / 23% Trabajadores Eventuales) y alcanza una extensión en terreno industrial construido de aprox. 95.000 m² que demarcan su terruño geográfico en su término municipal.

Durante la Campaña 2024, el sector turroneiro ha consolidado su crecimiento en el mercado interior - con un crecimiento del 2.6%

"TURRÓN" (NOUGAT)

Jijona continues to consolidate its standing in the nougat sector, despite prevailing commercial uncertainty and an upward trend in consumer prices, with approximately 20,530,000 certified nougat bars reaching points of sale.

The 2024 campaign for the Protected Geographical Indication (PGI) nougat sector, the result of continued commercial efforts to sustain the sales momentum of previous years, maintains its upward trajectory both in the domestic and international markets. The campaign concluded with a total certified production of 4,515,873 kg of PGI nougat, with an average weight of 220 grams per bar.

The season closed with a total of 20,530,762 certified nougat bars, verified by the regulatory board's control services, which were marketed at various sales points bearing consumer guarantee labels. These products were distributed in different weight formats and under various commercial brands registered with the Regulatory Council by the 24 registered operators (Manufacturers-Packagers).

During this campaign, a total of 486 commercial brands were registered by these operators, reflecting a 5.2% increase compared to the previous year. Specifically, 93 were proprietary brands and 393 were non-proprietary, the majority of which belong to small local distributors from Jijona who continue to sell nougat throughout Spain, upholding the legacy passed down through generations in their communities and marketplaces.

The objective of achieving recognition through the "Differentiated Quality" label has been deemed a success. A total of 2,915 product references—spanning different product lines such as nougat bars, bulk nougat, and nougat cream or paste—have been certified. The Jijona and Alicante Nougat Regulatory Council continues to oversee the registration, control, certification, defense, promotion, and reputation of nougat produced in the municipality of Jijona by its registered operators.

In this sector, tradition and innovation go hand in hand. The PGI quality seal fosters consumer loyalty and provides assurance that the nougat produced in Jijona consistently meets expectations year after year. It retains its unique and distinguishing characteristics in terms of composition—sensory, nutritional, functional, and health-related properties of its ingredients—and its production process, carefully supervised and executed by skilled Master Nougat Makers.

The sector employs approximately 1,500 people, most of whom are permanent seasonal workers tied to the nougat production campaign in Jijona (28% permanent, 49% seasonal, 23% temporary). The industrial facilities occupy approximately 95,000 square meters, forming the defined geographic area of production within the municipal boundaries.

In the 2024 campaign, the nougat sector saw growth in the domestic market—with a 2.6% increase (3,968,044 kg of certified nougat)—and maintained its market share abroad, with 547,700 kg exported.

Of the total exported, 83,450 kg were destined for the European market, with France, Portugal, and Germany being the main recipients. The remaining 464,320 kg were exported to

NOUGAT

Jijona continue de renforcer sa position dans le secteur du turrón, malgré le contexte d'incertitude commerciale et la tendance à la hausse des prix à la consommation, avec environ 20.530.000 tablettes de turrón certifié commercialisées sur les différents points de vente.

La campagne 2024 du secteur du turrón avec Indication Géographique Protégée (IGP), fruit d'efforts commerciaux constants visant à maintenir le rythme de ventes des années précédentes, conserve sa dynamique de croissance, tant sur le marché national qu'à l'export. La production s'élève à 4.515.873 kg de turrón protégé, avec un poids moyen de 220 grammes par tablette.

Cette campagne s'achève avec un total de 20.530.762 tablettes de turrón certifiées par le service de contrôle du Conseil Régulateur, commercialisées sur les différents circuits de vente, munies de leurs étiquettes de garantie, dans leurs formats respectifs, et sous les différentes marques commerciales enregistrées par les 24 opérateurs (Producteurs-Emballateurs) inscrits auprès de l'organisme.

Au cours de cette campagne, un total de 486 marques commerciales ont été enregistrées par l'ensemble des opérateurs inscrits, soit une augmentation de 5,2 % par rapport à l'année précédente. Plus précisément, 93 sont des marques propres et 393 des marques non propres - dont la majorité provient de petits distributeurs jijoniens, qui perpétuent la tradition familiale en vendant du turrón dans toute l'Espagne.

L'objectif d'obtention du label de "Qualité Différenciée" pour les produits protégés est considéré comme atteint. Un total de 2.915 références ont été enregistrées, couvrant diverses lignes de produit : turrón en tablette, turrón en vrac, turrón en crème ou en pâte. Le Conseil Régulateur de Jijona et Turrón d'Alicante continue d'assurer, année après année, l'enregistrement, le contrôle, la certification, la défense, la promotion et le prestige des turrones fabriqués sur le territoire municipal de Jijona par ses opérateurs agréés.

Dans ce secteur, tradition et innovation ne s'opposent pas, elles avancent main dans la main. Grâce à l'IGP, les consommateurs fidèles sont assurés que le turrón qu'ils achètent respecte les caractéristiques spécifiques et distinctives qu'ils attendent année après année. Ceci s'applique tant à la composition - propriétés sensorielles, nutritionnelles, fonctionnelles et bénéfiques des ingrédients - qu'au processus de fabrication, supervisé par les mains expertes des Maîtres Turroniers.

Le secteur emploie environ 1.500 personnes, principalement en contrat fixe discontinu lié à la campagne de production (28 % en CDI, 49 % en CDD saisonnier, 23 % en intérim), et occupe une surface industrielle construite d'environ 95.000 m² délimitant son terroir dans la commune de Jijona.

En 2024, le marché intérieur a progressé de 2,6 % (soit 3.968.044 kg de turrón protégé), tandis que la part de marché à l'export a été maintenue avec un volume d'exportation total de 547.700 kg.

Parmi les exportations, 83.450 kg ont été destinés au marché européen - les principaux pays étant la France, le Portugal et l'Allemagne - et 464.320 kg au reste du marché

TURRÓN

Trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten und steigender Endverbraucherpreise konnte Jijona seine Position im Turrón-Sektor weiter festigen und rund 20.530.000 zertifizierte Turrón-Tafeln in den Handel bringen.

Die Kampagne 2024 des Turrón-Sektors mit Geschützter Geografischer Angabe (g.g.A.) - das Ergebnis kontinuierlicher kommerzieller Bemühungen zur Aufrechterhaltung des Verkaufsniveaus der Vorjahre - setzt den positiven Wachstumstrend der letzten Jahre fort, sowohl auf dem Inlands- als auch auf dem Auslandsmarkt. Insgesamt wurden 4.515.873 kg geschützter Turrón produziert, bei einem durchschnittlichen Gewicht von 220 Gramm pro Tafel.

Die Saison endete mit insgesamt 20.530.762 zertifizierten Turrón-Tafeln, die vom Kontrollservice des Kontrollrats überwacht und an die verschiedenen Verkaufsstellen geliefert wurden - versehen mit entsprechenden Garantiesiegeln, in verschiedenen Gewichtsklassen und unter den verschiedenen, beim Kontrollrat registrierten Marken der 24 zugelassenen Hersteller-Verpacker.

Im Rahmen dieser Kampagne wurden von den registrierten Betrieben insgesamt 486 Marken angemeldet - ein Anstieg von 5,2 % gegenüber dem Vorjahr. Davon entfallen 93 auf Eigenmarken und 393 auf Fremddarken, hauptsächlich kleine Marken lokaler Händler aus Jijona, die die Tradition des Turrónverkaufs in ganz Spanien fortführen, wie sie ihnen von ihren Vorfahren über Generationen hinweg überliefert wurde.

Das Ziel, eine Auszeichnung für „Differenzierte Qualität“ zu erhalten, wurde erfolgreich erreicht. Insgesamt 2.915 Produktreferenzen - aus unterschiedlichen Produktlinien wie Turrón-Tafeln, loser Turrón, Turrón-Creme oder -Paste - wurden zertifiziert. Der Kontrollrat für Jijona- und Alicante-Turrón überwacht weiterhin jährlich die Registrierung, Kontrolle, Zertifizierung, Verteidigung, Förderung und das Ansehen des in der Gemeinde Jijona hergestellten Turróns durch die zugelassenen Betriebe.

In diesem Sektor schließen sich Tradition und Innovation nicht aus - sie gehen Hand in Hand. Die g.g.A.-Auszeichnung trägt zur Kundenbindung bei und gibt dem treuen Verbraucher die Sicherheit, dass der erworbene Turrón die bekannten und geschätzten Eigenschaften bewahrt - in seiner Zusammensetzung (sensorisch, ernährungsphysiologisch, funktionell und gesundheitlich) ebenso wie in der Herstellung, die unter der Aufsicht und mit dem handwerklichen Können erfahrener Turrónmeister erfolgt.

Der Sektor beschäftigt etwa 1.500 Personen, größtenteils als befristet angestellte Stammkräfte während der Turrón-Kampagne in Jijona (28 % Festangestellte, 49 % Saisonkräfte, 23 % Gelegenheitsarbeiter). Die Industrieanlagen umfassen rund 95.000 m², die das geografische Produktionsgebiet in der Gemeinde Jijona markieren.

Im Jahr 2024 verzeichnete der Binnenmarkt ein Wachstum von 2,6 % mit insgesamt 3.968.044 kg geschütztem Turrón, während der Exportmarkt das Niveau der vorangegangenen Kampagne halten konnte - mit einem Exportvolumen von 547.700 kg.

Vom Gesamtexport entfielen 83.450 kg auf den europäischen Markt, hauptsächlich nach Frankreich, Portugal und



Consejo Regulador de Jijona y Turrón de Alicante

(con un total de 3.968.044 Kg. de turrón protegido) - y ha mantenido la cuota de mercado de la campaña anterior en el mercado exterior - con un volumen de exportación de 547.700 Kg.)

El total de producto comercializado en el Mercado Exterior, se reparte entre los 83.450 Kg de Turrón protegido del Mercado Europeo, siendo los principales países de destino del mismo: Francia, Portugal y Alemania, y los 464.320 Kg del resto del Mercado Internacional, siendo los principales clientes extranjeros del turrón, los países de cultura hispana, allá donde el consumo del turrón está asociado a la celebración de las Fiestas Navideñas. Por destinos, destaca la venta principal en EE.UU, Cuba, Argentina y Uruguay; pero también cabe remarcar la consolidación de mercados emergentes como Suiza y el Reino Unido, con un 2.5% de cuota de mercado no nacional.

A pesar del desajustado marco socioeconómico en el que nos encontramos, derivados de la incipiente Guerra de aranceles internacional, tanto en materias primas como en producto suministrado, la promoción constante y defensa de sus marcas ante la usurpación por parte del Consejo Regulador en los mercados internacionales, y la asistencia periódica a ferias de alimentación representativas del sector - en sinergia con la investigación e inversión de los empresarios del sector en los respectivos mercados - ha sido clave para mantener los índices existentes y consolidar nuevos clientes, de los cuales derivan indicadores esperanzadores, en mercados emergentes abiertos, como Argentina, Brasil, Australia, Países nórdicos, Países Asiáticos y algunos Países Árabes.

Por lo tanto, podemos considerar como exitosos los resultados de esta última campaña, afianzando su mercado y dando garantía a esos consumidores que buscan el distintivo de calidad diferenciada del Consejo Regulador Jijona y Turrón de Alicante entre la oferta de turrónes del mercado. Entidad que año tras año - con un prestigio y reputación de más de 500 años elaborando y comercializando estos productos desde Jijona (Alicante) España - sigue velando por preservar las características específicas que han diferenciado sus turrónes, y le han dado prestigio y reputación a nivel mundial.

A su vez, el conjunto del Tejido industrial del Turrón y Mazapán de Jijona (es decir, turrón protegido más el resto de los productos navideños no protegidos: mazapanes, pralinés, polvorones, turrónes diversos,...) con una producción aprox. de 18.000.000 Kg. al año, se ha consolidado como uno de los líderes españoles del Sector del Dulce Navideño con una cuota de mercado cercana al 40% del total de productos navideños, y líder del apartado de turrónes con una representación del 65% del mercado para esta variedad, y un 97% del mercado de turrónes amparados bajo la protección europea IGP (Indicación Geográfica Protegida).

Conviene resaltar que este concepto de Valorización de Producto Geográfico (VPG) - como herramienta de desarrollo regional sostenible asociado a un territorio - viene a representar la premisa esencial de este Consejo Regulador desde sus inicios, siendo su objetivo final:

“Evitar que la reputación y el prestigio de todo un pueblo como es Jijona, en la elaboración de turrónes y otras especialidades navideñas durante más de 500 años, se vea devaluado o perjudicado en su concepto de valor añadido, como Marca de Garantía”.

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

non-EU international markets, primarily Spanish-speaking countries where nougat consumption is closely tied to Christmas celebrations. Notable export destinations include the United States, Cuba, Argentina, and Uruguay. Emerging markets such as Switzerland and the United Kingdom are also gaining traction, now accounting for 2.5% of non-domestic market share.

Despite the current unstable socioeconomic context, marked by a growing global tariff war affecting both raw materials and finished goods, the sector has managed to maintain its market position and attract new clients. This success is largely due to the Regulatory Council’s consistent brand protection efforts abroad, regular participation in key food trade fairs, and ongoing research and investment by sector businesses. These strategies have yielded promising indicators in emerging markets such as Argentina, Brazil, Australia, the Nordic countries, parts of Asia, and certain Arab nations.

As such, the results of the latest campaign can be deemed successful, consolidating the sector’s market position and providing assurance to consumers who seek the PGI seal of differentiated quality. With over 500 years of tradition in producing and marketing these products from Jijona (Alicante), Spain, the Regulatory Council remains steadfast in its commitment to preserving the defining characteristics that have earned its nougat international prestige and recognition.

Furthermore, the broader nougat and marzipan industry of Jijona—including PGI nougat and other unprotected holiday products such as marzipan, pralines, polvorones, and various nougats—produces approximately 18,000,000 kg annually. It has established itself as one of Spain’s leading holiday confectionery sectors, commanding nearly 40% of the total holiday sweets market and 65% of the nougat segment. It also represents 97% of the PGI-certified nougat market in Europe.

It is worth emphasizing that the concept of Geographical Product Valorization (GPV)—as a tool for sustainable regional development linked to a specific territory—has been a fundamental principle of the Regulatory Council since its inception. Its ultimate goal remains:

“To prevent the devaluation or loss of added value, in terms of brand equity, of the reputation and prestige built by the town of Jijona over more than 500 years of nougat and holiday confectionery production.”

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

international. Ces destinations comprennent principalement des pays de culture hispanique, où le turrón est traditionnellement consommé pendant les fêtes de Noël, notamment les États-Unis, Cuba, l'Argentine et l'Uruguay. Les marchés émergents comme la Suisse et le Royaume-Uni se consolident également, représentant 2,5 % du marché non national.

Malgré le contexte socio-économique déséquilibré actuel, marqué par une guerre des tarifs naissante affectant les matières premières et les produits finis, la promotion continue, la défense des marques par le Conseil Régulateur contre les usurpations sur les marchés étrangers, ainsi que la participation régulière à des salons spécialisés - en synergie avec la recherche et les investissements des entreprises - ont permis de conserver les parts de marché et de gagner de nouveaux clients. Des signaux encourageants émergent dans des marchés ouverts tels que l'Argentine, le Brésil, l'Australie, les pays nordiques, asiatiques et certains pays arabes.

Les résultats de cette dernière campagne sont donc jugés positifs, consolidant la présence du secteur et apportant des garanties aux consommateurs qui recherchent le label de qualité différenciée du Conseil Régulateur Jijona et Turrón d'Alicante parmi l'offre disponible sur le marché. Cet organisme, fort de plus de 500 ans d'expérience dans la fabrication et la commercialisation de ces produits depuis Jijona (Alicante, Espagne), continue de préserver les caractéristiques spécifiques qui font la renommée mondiale de ses turrónes.

En parallèle, l'ensemble du tissu industriel du turrón et du masepáin de Jijona (c'est-à-dire le turrón protégé ainsi que les produits de Noël non protégés : masepáins, pralinés, polvorones, autres turrónes, etc.) atteint une production annuelle d'environ 18.000.000 kg. Il s'est imposé comme l'un des leaders espagnols du secteur des douceurs de Noël avec environ 40 % de part de marché global, 65 % du marché spécifique du turrón, et 97 % du marché des turrónes protégés au titre de l'IGP européenne.

Il convient de souligner que ce concept de Valorisation du Produit Géographique (VPG) - comme outil de développement régional durable lié à un territoire - constitue le fondement même de l'action du Conseil Régulateur depuis ses débuts, dont l'objectif ultime est :

“Éviter que la réputation et le prestige d'un village comme Jijona, avec plus de 500 ans de tradition dans la fabrication de turrón et autres spécialités de Noël, ne soient dévalorisés ou affectés dans leur valeur ajoutée en tant que Marque de Garantie.”

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

Deutschland, und 464.320 kg auf den internationalen Markt außerhalb der EU. Die wichtigsten Abnehmerländer sind traditionell hispanisch geprägte Nationen, in denen der Turrón eng mit den Weihnachtsfeierlichkeiten verbunden ist - insbesondere die USA, Kuba, Argentinien und Uruguay. Auch Schwellenmärkte wie die Schweiz und das Vereinigte Königreich festigen ihren Platz und machen bereits 2,5 % des nicht-nationalen Marktes aus.

Trotz des angespannten sozioökonomischen Umfelds infolge eines sich abzeichnenden globalen Zollkonflikts - sowohl bei Rohstoffen als auch bei Fertigprodukten - ist es dem Sektor dank ständiger Markenverteidigung durch den Kontrollrat auf internationalen Märkten, regelmäßiger Teilnahme an führenden Fachmessen sowie unternehmerischer Forschung und Investitionen gelungen, Marktanteile zu halten und neue Kunden zu gewinnen. In offenen Schwellenmärkten wie Argentinien, Brasilien, Australien, den nordischen Ländern, Teilen Asiens und einigen arabischen Ländern zeigen sich vielversprechende Perspektiven.

Die Ergebnisse dieser letzten Kampagne können daher als Erfolg gewertet werden: Der Markt wurde gefestigt und das Vertrauen der Verbraucher, die gezielt nach dem Qualitätssiegel des Kontrollrats Jijona und Alicante Turrón suchen, weiter gestärkt. Die Institution blickt auf über 500 Jahre Erfahrung in der Herstellung und Vermarktung dieser Produkte aus Jijona (Alicante, Spanien) zurück und setzt sich weiterhin für den Schutz jener besonderen Eigenschaften ein, die dem Turrón weltweit Anerkennung und Prestige eingebracht haben.

Darüber hinaus hat sich das gesamte industrielle Gefüge der Turrón- und Marzipanherstellung in Jijona - einschließlich des geschützten Turróns und anderer traditioneller Weihnachtsprodukte wie Marzipan, Pralinen, Polvorones und verschiedener Turrónarten - mit einer jährlichen Produktionsmenge von rund 18.000.000 kg als einer der führenden spanischen Hersteller im Bereich Weihnachtsgebäck etabliert. Der Sektor hält etwa 40 % des Gesamtmarkts für saisonale Süßwaren, 65 % des Turrón-Markts und 97 % des Markts für Turrón mit europäischem IGP-Schutz (g.g.A.).

Hervorzuheben ist das Konzept der Wertschöpfung durch geografische Produktidentität (VGP) - als Instrument für nachhaltige regionale Entwicklung in Verbindung mit einem bestimmten Gebiet. Dieses Leitbild prägt seit Beginn die Tätigkeit des Kontrollrats, dessen oberstes Ziel es ist:

„Zu verhindern, dass der Ruf und das Ansehen eines Ortes wie Jijona, der seit über 500 Jahren Turrón und andere Weihnachtsspezialitäten herstellt, in seinem Mehrwert als Garantiemarke geschmälert oder beeinträchtigt wird.“

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