

**COMUNICADO DE PRENSA**  
A/A Economía-Agricultura

Las organizaciones agrarias advierten de presuntas infracciones en relación al origen, la calidad y la venta a pérdidas del producto ofertado

## **AVA-ASAJA y LA UNIO piden a la DO Arroz de Valencia, AICA y Conselleria que investiguen las supuestas irregularidades de una promoción de arroz de LIDL**

Valencia, 6 de octubre de 2020. La Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-ASAJA) y LA UNIO de Llauradors i Ramaders han presentado sendos escritos ante la Denominación de Origen 'Arroz de Valencia', la Agencia de Información y Control Alimentario (AICA) –órgano dependiente del Ministerio de Agricultura– y la Conselleria de Agricultura instándoles a investigar las presuntas irregularidades en relación al origen, la calidad y el precio que estaría cometiendo la promoción de arroz 'Vive Valencia' puesta en marcha esta primera semana de octubre por la cadena de distribución alimentaria Lidl y que, en caso de confirmarse, supondría un grave perjuicio para los productores y un engaño a los consumidores.

Las principales organizaciones agrarias de la Comunitat Valenciana advierten de que la campaña promocional hace referencia al origen valenciano del arroz pero carece de la correspondiente certificación que, en este caso, únicamente puede certificar la figura de calidad DO Arroz de Valencia. Tanto en la cartelería como en el folleto informativo, LIDL resalta una bandera de la senyera valenciana en forma de corazón, acompañada del lema 'De la nostra terra / De nuestra tierra'. Sin embargo, el arroz redondo de la marca 'Campo Largo' objeto de la oferta está envasado en la localidad murciana de Lorquí, en la etiqueta lateral consta que su procedencia es de España y en el envase de plástico cita 'Origen España 100%'.

AVA-ASAJA y LA UNIO se han dirigido al director general de Desarrollo Rural, David Torres, para solicitarle que la Generalitat compruebe también si la calificación de 'Categoría Extra' que figura en la etiqueta del arroz cumple efectivamente dichos parámetros de calidad. En cuanto al precio, ambas asociaciones advierten de que la promoción de 0,59 euros por kilo, tras ser rebajado en un 25%, puede incurrir en una

supuesta venta a pérdidas puesto que dicha cotización no permitiría cubrir los costes de todos los agentes que intervienen desde el campo hasta la superficie comercial. Una de las novedades que incluyó el Real Decreto Ley impulsado por el ministro de Agricultura, Luis Planas, para mejorar la posición negociadora del productor en la formación de los precios fue, precisamente, la prohibición de destruir valor a lo largo de la cadena alimentaria.

El presidente de AVA-ASAJA, Cristóbal Aguado, y el secretario general de LA UNIO, Carles Peris, señalan que “no nos vamos a quedar de brazos cruzados mientras LIDL o cualquier otra empresa de la gran distribución alimentaria trata de perjudicar a los agricultores y, al mismo tiempo, de confundir e incluso engañar a los consumidores en temas tan sensibles como es el origen, la trazabilidad y la calidad del producto”.

Ambos dirigentes agrarios apuntan que “esta estrategia comercial se produce además en un momento crítico porque las cosechadoras todavía están segando los campos en el parque natural de La Albufera y empiezan a cerrarse las primeras operaciones de compraventa del arroz. La actual campaña se presenta con un 15% menos de producción y un equilibrio de oferta-demanda que puede permitir a los arroceros coger aire tras años de bajas cotizaciones en campo. Debido al Covid-19, muchos países asiáticos han decidido asegurarse el abastecimiento de este cereal para las necesidades internas de su población y van reducir sus exportaciones con destino a la Unión Europea. No podemos consentir que empresas como Lidl traten de amenazar ese clima favorable mediante prácticas abusivas y por ello pedimos a las administraciones competentes que actúen con rapidez y, en su caso, con contundencia”.