

Communiqué de presse

Raisin sud-africain chez Lidl : la FNPFFruits dénonce un double discours sur le soutien à l'agriculture française

En pleine saison française, la FNPFFruits appelle Lidl à renforcer la mise en avant du raisin français

Alors que la campagne française de raisin de table bat son plein, **Lidl annonce dans son catalogue une opération promotionnelle, à compter du 20 août, portant sur du raisin rosé sans pépin d'origine sud-africaine**. La FNPFFruits souhaite interpellier l'enseigne sur la cohérence de cette mise en avant en pleine période de production française.

La Fédération est consciente que **les différents segments du marché du raisin de table ne sont pas nécessairement interchangeables**, notamment entre les variétés conventionnelles et les variétés apyrènes, sans pépins. Cette distinction ne doit toutefois pas conduire à reléguer au second plan la production française au moment même où elle arrive pleinement sur les étals.

Qu'est-ce qui justifie de promouvoir un raisin produit entre novembre et avril en Afrique du Sud, puis acheminé sur plus de 9 000 kilomètres, alors que les producteurs français sont actuellement en pleine saison ? La question mérite d'être posée, d'autant que Lidl a multiplié, depuis juillet, les promotions sur des raisins d'origines étrangères : **Égypte, Brésil, Maroc, Pérou, ainsi que deux opérations sur du raisin italien**.

La FNPFFruits demande donc à Lidl de **maintenir une place forte, clairement identifiable et suffisamment valorisée au raisin français**, notamment dans ses opérations promotionnelles et ses supports de communication. Les producteurs français ont besoin d'engagements commerciaux concrets permettant aux consommateurs d'identifier et de privilégier l'origine France lorsqu'elle est disponible.

Cette situation fait par ailleurs écho à celle dénoncée par la FNPFFruits à la **mi-juillet, concernant la promotion d'abricots turcs en pleine période de récolte française**.

Pour la Fédération, **le soutien affiché à la souveraineté alimentaire et à l'agriculture française doit se traduire concrètement dans les choix d'assortiment, mais aussi dans la visibilité et la promotion accordées aux productions françaises en pleine saison**.

La FNPFFruits souhaite poursuivre le dialogue avec Lidl afin que les engagements affichés par l'enseigne en faveur de l'agriculture française trouvent une traduction concrète dans ses rayons et ses catalogues.

Mais le temps du dialogue ne saurait être indéfini : si la pédagogie et les échanges ne suffisent pas, les arboriculteurs sauront prochainement passer à l'étape suivante.

Contacts :

Fédération Nationale des Producteurs de Fruits – 06 72 71 74 97 – a.huynh-ba@fnppfruits.fr