

*Il colosso della gdo mira a diventare un punto di riferimento per la sponsorizzazione sportiva*

DS6901

DS6901

# Carrefour corre con La Vuelta

## La sesta tappa parte all'interno di uno store dell'insegna

DI SARA BRUGNONI

**U**na collaborazione all'insegna dello sport e dell'innovazione, con l'obiettivo di creare un legame più stretto tra clienti, dipendenti e fornitori. Si tratta della partnership tra Carrefour e La Vuelta a España, che quest'anno ha dato vita a un evento unico per il settore: per la prima volta nella storia, infatti, una tappa della corsa ciclistica spagnola è iniziata all'interno di un supermercato della catena francese. I 400 lavoratori del punto vendita di Jerez de la Frontera, nella provincia meridionale di Cadice, hanno così organizzato gli spazi per ospitare il gruppo dei corridori, che si è fatto strada tra casse e corsie dei prodotti alimentari.

Carrefour è tra i principali partner della Vuelta per il 12esimo anno consecutivo e sponsorizza anche il «maillot rojo», la maglia che viene consegnata al ciclista in testa alla classifica generale proprio da un dipendente dell'azienda. Tra l'altro, il gigante della gdo, che rientra nella top 10 dei più grandi retailer al mondo, in Spagna controlla una rete di oltre 1.000 negozi (suddivisi tra ipermercati, Carrefour market e Carrefour express) e 426 agenzie viaggi.

Per l'occasione, la catena ha organizzato una serie di attività riservate ai suoi clienti, che dopo l'evento potranno gustare alcuni prodotti locali e partecipare a diverse estrazioni per aggiudicarsi alcuni premi.

Insomma, si tratta di una novità per il settore ciclistico, che dipende fortemente dalle sponsorizzazioni dei brand, trattandosi di uno sport generalmente gratuito per gli spettatori a bordo strada. Ma La Vuelta genera un giro d'affari non indifferente per il paese, favorendo in particolare le piccole località attraversate dai corridori: solo nel 2023, infatti, l'impatto economico della gara ha superato i 7,5 milioni di euro e, secondo le stime rilasciate dall'organizzazione, per quest'anno i ricavi si aggirano intorno ai 250 mila euro al giorno, a beneficio soprattutto del settore alberghiero e di quello della ristorazione. Il colosso mira quindi a posizionarsi come un punto di riferimento nel settore della sponsorizzazione sportiva, associando il marchio a valori come la competitività e l'impegno. Proprio per questo, Carrefour Spagna è stato socio premium dei Giochi Olimpici di Parigi 2024, collaborando con Casa España.

— © Riproduzione riservata —



La partenza dal supermercato Carrefour di Jerez de la Frontera

