

Carrefour punta sull'Italia Spinta sull'export per oltre 1,1 miliardi

IL PIANO

ROMA Nessuna paura dei dazi semmai la consapevolezza che l'Europa, e l'Italia in particolare, sapranno come difendersi dai venti di una possibile guerra commerciale. Ne è convinto Christophe Rabatel, ceo di Carrefour Italia, che punta sulla qualità dei prodotti tricolore e conferma la strategia di crescita nel nostro Paese, partecipando alla giornata per il made in Italy pro-



Christophe Rabatel

mossa dal governo italiano. Del resto il colosso francese della grande distribuzione, che vuole rafforzarsi anche a Roma, spinge il nostro export sui mercati internazionali e supporta la filiera agroalimentare.

PIATTAFORMA

«Abbiamo - spiega il top manager al Messaggero - oltre 11.000 produttori locali italiani e nel 2024 la spinta alla promozione dell'export di prodotti italiani ha toccato 1,15 miliardi». «Una scelta - aggiunge - che intendiamo portare avanti attraverso la nostra piattaforma globale e che mira a valorizzare i prodotti dei territori e la qualità».

Ma dove corre il made in Italy? I dati di Carrefour, ai primi posti in Europa per vendite e tra i leader mondiali del settore, parlano chiaro. Tra le categorie in crescita spiccano i vini, con un valore pari a circa 70 milioni, in aumento del 13% rispetto al 2023 e addirittura del 128% rispetto ai 30,7 milioni del 2022. I volumi maggiori si registrano verso la Francia con quasi il 60% delle vendite. In evidenza, tra i vini più esportati, quelli frizzanti come prosecco Veneto, Lambrusco dell'Emilia Romagna e spumante del Friuli Venezia Giulia.

UOVA CIOCCOLATO

I prodotti a marchio privato Carrefour hanno registrato un export di 234 milioni, una crescita costante dal periodo pre-Covid, segnando un +45% rispetto al 2018. Insomma, i possibili dazi non fanno paura perché esistono tante alternative agli Usa e tanti altri sbocchi. Soprattutto in Europa. Cresce anche la popolarità delle specialità nazionali consumate in occasione delle ricorrenze: in Francia le referenze delle feste per Natale e Pasqua, come pandoro, panettone, uova di cioccolato e colombe sono sempre più apprezzate dai consumatori.

Anche l'export di ortofrutta italiano è cresciuto in maniera importante, facendo registrare dal 2018 ad oggi un raddoppio del valore, arrivando a quota 20 milioni. Risultati di valore ottenuti anche grazie al ruolo di Carrefour come promotore del Made in Italy all'estero.

Umberto Mancini

© RIPRODUZIONE RISERVATA

