

# Carrefour, sale del 44% in tre anni l'export di prodotti made in Italy

## Grande distribuzione

L'ad Rabatel: «Nel 2023 esportati prodotti made in Italy per 1,15 miliardi»

**Enrico Netti**

Attraverso le proprie piattaforme d'acquisto Carrefour Italia nel 2023 «ha esportato nel mondo prodotti agroalimentari made in Italy per 1,15 miliardi di euro di valore d'acquisto ai produttori, con un incremento del 44% negli ultimi tre anni – ha detto Christophe Rabatel, ad di Carrefour Italia in occasione dell'evento “Carrefour per il made in Italy” che anticipa la prima “Giornata nazionale del Made in Italy” promossa dal Mimit il prossimo 15 aprile –. Questi risultati rappresentano il frutto di una cospicua collaborazione con i produttori italiani, partner della filiera agricola e Coldiretti». Al progetto Filiera Italia di Coldiretti Carrefour ha aderito nel 2021 e il prossimo passo prevede la valorizzazione della sostenibilità nel settore della pesca, favorendo la vendita del pescato nazionale.

La multinazionale francese collabora con oltre 10mila produttori italiani di cui più di 8.500 forniscono prodotti con il marchio «Filiera qualità Carrefour», altri 200 la linea «Terre d'Italia» e più di 1.300 sono specializzati nei prodotti del territorio e sovente si tratta di produzioni locali, di nicchia. Oltre cento le filiere coinvolte. All'estero vengono inoltre esportati molti prodotti dell'ortofrutta tra cui uva, angurie, arance, pesche e zucchine. I mercati di sbocco sono soprattutto quelli europei tra cui Francia, Belgio, Polonia, Romania e Spagna ma anche paesi lontani come Dubai e Taiwan. Carrefour Italia ha inoltre la responsabilità dell'acquisto dei vini italiani per tutto il mondo e nel 2023 ha raddoppiato il valore dell'export arrivato a 60 milioni di euro.

Tra i presenti Ettore Prandini, presidente Coldiretti e di Filiera agricola che rimarca come la partnership con Carrefour «preveda lo sviluppo reale di un paniere di prodotti private label con il sigillo di qualità firmato dagli agricoltori italiani sia la risposta valida per lo sviluppo di prodotti nazionali e per la loro diffusione all'estero con l'impegno di contrastare chi vuole indebolire le nostre filiere, sinonimo di qualità e sicurezza». Su questa minaccia Luigi Scordamaglia, ad Filiera Italia, ricorda come «molti prodotti 100% italiani e le economie locali collegate sono messe in difficoltà da una crescente concorrenza di chi svende prodotti esteri a basso costo o ricorre a pratiche commerciali sleali che distruggono intere filiere nazionali».

Per quanto riguarda i conti di Carrefour Italia nel 2023 le vendite a parità di perimetro dell'azienda, che controlla la società operativa GS, sono cresciute del 3,1% per un fatturato complessivo di 4,4 miliardi, come nell'esercizio precedente ma al netto di cessioni, chiusure e acquisizioni. Nell'ultimo trimestre dell'anno la crescita ha però subito una brusca frenata: +0,9% i ricavi. Secondo i dati NielsenIQ l'insegna è al nono posto della classifica per quota di mercato a valore nei canali iper, super, libero servizio e discount con uno share del 3,9%.

«I prodotti con la marca del distributore hanno raggiunto la quota del 31% sul fatturato food e l'85% dei produttori sono italiani. Abbiamo 3mila prodotti a marchio - aggiunge Bruno Moro, direttore commerciale di Carrefour Italia -. Ogni anno firmiamo il “patto di transizione alimentare” per la promozione del cambiamento sostenibile nella produzione alimentare. Dobbiamo riconoscere loro il giusto prezzo di acquisto».

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**«I prodotti con la marca del distributore sono a quota 31% sul fatturato food e l'85% dei produttori sono italiani»**

