

L'iniziativa per promuovere il settore agroalimentare delle Regioni

I sapori italiani arrivano in Cina con Auchan

Pasta e sughi, miele e dolci, vini, caffè, amaro e limoncello di Capri. Per queste tipicità italiane, in particolare per quelle prodotte da piccole e medie aziende, la Cina diventa più vicina. Martedì 13 novembre, presso l'ipermercato Auchan di Shanghai, verrà presentata «Sapori delle Regioni italiane in Cina», una iniziativa dell'ufficio Export di Auchan Italia che per dieci giorni offre una vetrina nel Celeste Impero a 54 aziende che porteranno 120 prodotti in 20 dei 50 ipermercati a insegna Auchan in Cina.

Con la presenza di Enoteca italiana-Siena e del Consorzio del Parmigiano Reggiano, che promuoveranno degustazioni a Pechino e

Shanghai. L'iniziativa è stata presentata nei giorni scorsi al ministero delle Politiche Agricole, alimentari e forestali che ha riconosciuto, per cinque anni, il suo patrocinio al marchio

A Shanghai una vetrina di 54 aziende che porteranno 120 prodotti

Auchan «I sapori delle Regioni». «Guardiamo con favore a questa operazione - ha detto il sottosegretario Franco Braga - perché la distribuzione moderna, a differenza del piccolo

e medio produttore nazionale, aiuta con la sua logistica a garantire costanti forniture in tempi e costi ragionevoli. Da qui l'utilità dell'incontro tra Gdo e i sapori regionali. A cui si aggiunge il punto di merito dell'atteggiamento di Auchan che non va alla conquista ma punta all'estero sul partenariato diffuso e promozione culturale. Dopo la Russia, siamo fiduciosi di un analogo successo in Cina».

Secondo il presidente dell'Ice Riccardo Monti, la Cina «è per noi una piattaforma fon-

damentale, ma l'Italia, per debolezze strutturali, vi ha fatto meno di quanto potrebbe fare. E finora siamo andati con prezzi di fascia alta. Auchan porta invece nelle grandi città cinesi l'agroalimentare italiano a prezzi ragionevoli».

E per il direttore generale Auchan Italia Christian Iperiti «è un buon inizio per sviluppare l'italianità in Cina e il patrocinio Mipaaf è un bell'incoraggiamento». L'obiettivo di Auchan, prosegue Iperiti è «creare valore offrendo una opportunità alle Pmi nostre fornitrici da almeno dieci anni, a testimoniare la solidità dei rapporti con i nostri piccoli fornitori - oltre 1000 Pmi che rappresentano il 20% del giro d'affari e 300 produttori con circa 3mila etichette di vino».

[R.E.]

