

Olasz nemzeti élelmiszerek promóciója az Auchan áruházakban, avagy

„Nem küzdeni kell a globalizáció ellen, hanem élni az általa kínált lehetőségekkel”

Rómában, 2005. november 7.-én az agrár- és erdészetpolitikai miniszter, Giovanni Alemanno és az Auchan Italia elnöke, Benoît Lheureux megegyezést írtak alá, majd azt követően sajtótájékoztatót tartottak az olasz mezőgazdasági termékek és élelmiszerek európai promóciójáról. A megállapodás szerint az Auchan Italia vállalja, hogy az olasz élelmiszereket bevezeti és forgalmazza valamennyi európai áruházában.

Ennek egyik konkrét példjaként november 9-től 400 tipikus olasz termék garantáltan szerepel a 123 franciaországi Auchan hipermarket polcain egy „Itália Franciaországban” elnevezésű promóciós akció keretében. A híres olasz étkezési hagyományok legalapvetőbb termékei szerepelnek a listán, mint például a páрмаi sonka, a parmezán sajt, a gorgonzola és a provolone sajtok, a száraz tészta és a rizs, pizzák és fagylaltok, az ellenőrzött származási helyű doc borok és olíva olajok, valamint nem utolsósorban a panettone és a kávé. Az akciót kiterjedt reklámkampány támogatja, csak szórólapokból 10 milliót osztottak szét. A kampány végén az eladások alakulása függvényében közösen meghatározzák azokat a termékeket, amelyek állandó jelleggel megmaradnak az áruházak választékában.

A „**Made in Italy**” élelmiszer kampány Franciaország mellett beindult már Lengyelországban, Spanyolországban és Portugáliában is. Ezekben az országokban az olasz zöldség-gyümölcs kerül akcióra, például az „Italia” csemege szőlő, trentinoi alma, szicíliai vérnarancs és a kivi. Lengyelországban már megkezdődött a mintegy 40 tonna Puglia tartományból érkező „Italia” csemege-szőlő értékesítését célzó akció. Ugyanez a kezdeményezés november 9-től Spanyolországot és Portugáliát is érinti.

Az Auchan Italia tervei között szerepelt hasonló promóciós rendezvények szervezése Oroszországban, Magyarországon és Marokkóban is.

Benoît Lheureux hangsúlyozta: *„az olasz mezőgazdasági termékek és élelmiszerek reklám kampánya még csak az elején tart, de már most látható, mire képesek a kereskedelmi cégek, termelők és intézmények együttesen, a közös cél, az ország számára kulcsfontosságú ágazat, a mezőgazdaság és élelmiszeripar érdekében. Olaszország tele van jó termékekkel, nem hiányoznak a kereskedelem adta lehetőségek sem. Ez az Auchan számára annyit jelent, hogy biztosítani kívánjuk a helyi, olasz (hagyományos, tipikus) termékeket egyre inkább kedvelő olasz fogyasztók ízlésének és kívánságainak változását követő kínálatot.”*

Az Auchan elnöke elmondta, hogy mivel az Auchan Itália kereskedelmi cég, mely a házigazda országban működik, az értékesítés alapfeltétele a fogyasztó kívánságaihoz való igazodás. *„Mi nem diktálhatjuk az étkezési, az élelmiszer vásárlási szokásokat, mint valami gyarmatosító, és nem kívánjuk, nem is tudjuk beszűkíteni a kínálatot egyfajta étkezési globalizációs elképzelés szerint”* – jelentette ki.

Az Auchan Italia olaszországi hipermarketjeinek néhány „olasz elkötelezettséget” igazoló jellemzője:

- A forgalmazott ún. „saját márkás” élelmiszerek 95%-a olasz termék.
- Valamennyi Auchan hipermarketben jelentős az adott régióban tipikus, hagyományos élelmiszerek választéka.
- Több éve jól működik a különböző olasz régiókból származó gasztronómiai specialitásokat magában foglaló “Régiók Ízei” kezdeményezés. Ennek keretében olyan helyi termékeket forgalmaznak az Auchan áruházakban, amelyek révén lehetővé válik az egyes régiók étkezési kultúrájának országos terjesztése, megismertetése.

- Megrendezésre került a “Házi Ízek” elnevezésű akció, melynek során a 41 olaszországi Auchan hipermarketben bemutatták annak a 11 régiónak a tipikus termékeiből összeállított válogatást, ahol van Auchan áruház.

Az Auchan Italia elnöke szerint adottságként fogadják el a jórészt családi kis- és középüzemekre épülő olasz élelmiszeripar szétaprózottságát. Különös figyelmet fordítanak ezért a helyi és regionális beszállítókra, és egy bizonyos méret elérése után lehetőséget biztosítanak az országos, majd később a nemzetközi beszállításokra is.

„Ezeknek a kisvállalkozásoknak az ily módon való segítése az Auchan számára kettős érdek. Egyrészt ily módon hosszabb távon biztosítani tudjuk áruházainkban a minőségi élelmiszerekkel való folyamatos ellátást. Másrészt a sok kis beszállító gazdasági fejlődése révén növekszik a mögöttük álló családok fizetőképes kereslete, újabb lendületet adva a fogyasztásnak, ami az Auchan filozófiájának egyik alapvető eleme.” Ezekkel a szavakkal zárta a sajtókonferenciát Benoît Lheureux, az Auchan Itália elnöke.

/ Kálmán Zoltán /
állandó FAO képviselő és mezőgazdasági attasé