Mercoledì 23 Ottobre 2024
Notizie mercati esteri [1]

Notizie dai mercati esteri - Francia

Francia: Auto elettriche: la rivoluzione è ben avviata!

Il panorama della mobilità elettrica in Francia sta vivendo una trasformazione significativa, con i privati che stanno guidando questa rivoluzione, spinti da motivazioni ecologiche ed economiche. Secondo François Gatineau, presidente di Mobileese, i privati hanno rappresentato il 65% delle vendite di nuove auto elettriche nei primi otto mesi del 2024, mentre le aziende solo il 22%.

Due fattori principali stanno accelerando questa transizione: la notevole riduzione dei costi delle batterie e la crescente disponibilità di infrastrutture di ricarica, con oltre 1.700.000 stazioni installate in Francia. Il bonus ecologico e quello di riconversione hanno incentivato ulteriormente l'adozione dei veicoli elettrici.

Le critiche storiche riguardanti l'autonomia, i tempi di ricarica e l'impatto ambientale delle batterie stanno svanendo grazie ai progressi tecnologici. Le attuali autonomie dei veicoli elettrici sono competitive con quelle dei veicoli a combustione, e la degradazione delle batterie è minima.

La paura dei guasti sta svanendo grazie allo sviluppo dell'infrastruttura di ricarica, con oltre 150.000 punti di ricarica pubblici in Francia. Un evento significativo si è verificato nel luglio 2023, quando le immatricolazioni di auto elettriche hanno superato quelle delle auto diesel.

La crescita della fiducia nei veicoli elettrici è evidente: il 71% dei futuri acquirenti si dichiara disposto a viaggiare con un'auto elettrica, mentre la rete di ricarica pubblica continua ad espandersi. Questo cambiamento di mentalità suggerisce che i francesi considerano i veicoli elettrici come una valida alternativa per raggiungere gli obiettivi di neutralità carbonica entro il 2050 e per ridurre la dipendenza dai combustibili fossili. In sintesi, la Francia si sta preparando ad abbracciare appieno la mobilità elettrica, motivata da considerazioni ecologiche, economiche e pratiche.

Agoralim, un "secondo Rungis" tanto atteso per aprire il nord di Parigi

Agoralim è un nuovo centro commerciale all'ingrosso in fase di costruzione nei pressi dell'aeroporto di Roissy-CDG, progettato per diventare una "seconda Rungis" a nord di Parigi. Il progetto, gestito da Semmaris, mira a migliorare la distribuzione di prodotti alimentari freschi nella regione dell'Ile-de-France, creando 4.000 posti di lavoro entro il 2027. Agoralim si propone di ridurre del 16% i chilometri percorsi per il trasporto alimentare e di alleviare la congestione del mercato di Rungis.

Oltre alla logistica, il centro avrà uno spazio di negoziazione per agricoltori e professionisti dell'agroalimentare, e promuoverà la produzione locale, con 400 ettari di terreno dedicati all'orticoltura. Saranno anche sviluppate strutture educative e di formazione per le professioni agricole.

La creazione di questo hub economico è attesa da anni, specialmente dopo l'abbandono del progetto Europacity nel 2019.

Ristoranti: come i cuochi affrontano le intolleranze alimentari

Pare che sempre più persone prestano attenzione a ciò che mangiano, circa il 15% degli ordini ora include richieste specifiche. Tuttavia, il dialogo tra cuochi e clienti non è sempre semplice.

Juliette François, responsabile prodotto nel settore moda, ha scoperto a 14 anni di avere una severa intolleranza al glutine. Quest'ultima fa parte di quei francesi sempre più numerosi che osano chiedere ai cuochi di prestare attenzione alle loro esigenze alimentari, che si tratti di allergie severe, intolleranze o sensibilità più o meno marcate, avversioni o evitamenti, diete o preferenze gustative. Senza dimenticare i vegetariani, i vegani, le donne in gravidanza, le scelte religiose. Per i professionisti, ciò che ieri era un'eccezione è diventato la norma.

Il sociologo Claude Fischler, da anni studia questo fenomeno dalle radici complesse e spiega che col passare del tempo, siamo passati dalla sfiducia alla diffidenza, con un atteggiamento più aggressivo legato al rifiuto ansioso della trasformazione industriale e della junk food, che provoca rabbia, rifiuto e boicottaggio. Egli stima al 15% il livello delle richieste specifiche, tutte insieme. E non dimentica che la Francia è anche tra i maggiori consumatori di pizze, hamburger e "caffè gourmet" pieni di glutine, zucchero e grassi! Secondo Claude Fischler, si tratterebbe di un ancoraggio arcaico legato all'identità onnivora della specie umana.

Tuttavia, per il cliente, affermare subito "sono allergico" invece di "non mi piace" è anche un modo per dire "prendete sul serio, non è un capriccio" e per evitare di mettere in discussione le proprie scelte. Chiaramente questa responsabilità mette un sacco di pressione ai cuochi, per evitare questi incidenti, la raccolta delle informazioni e la loro trasmissione lungo tutta la catena, dalla presa dell'ordine fino al ritorno del piatto davanti al cliente passando per le cucine, sono fondamentali. Saper « negoziare » è anche un prerequisito : essere in grado di distinguere la vera intolleranza, dannosa, da quella di conforto è determinante. Si sa che nel 95 % dei casi si tratta di pseudo-intolleranze, ma non si può fare a meno di affrontarle.

Più in generale, l'informazione deve non solo essere raccolta, ma anche condivisa. Il messaggio degli chef è infatti pressoché unanime: se avete un problema, ditelo, sarà meglio per tutti.

In fondo, sebbene questo li metta un po' in difficoltà, gli chef non nascondono che la sfida stimola anche la loro creatività.

Inoltre, Juliette François sostiene di sentirsi più al sicuro in altri Paesi rispetto alla Francia, come ad esempio in Gran Bretagna: il sociologo Claude Fischler spiega che si tratta anche di una questione di cultura e storia; infatti, mangiare insieme crea simbolicamente una comunità di destino e appartenenza. In una prospettiva francese cattolica, è visto come una « comunione ». A tavola, tra gli invitati e l'ospite, il comportamento deriva dalla relazione con gli altri. « Mangiare « con » significa mangiare « come », è condividere ». Si esita a far valere la propria differenza. « La tradizione protestante, invece, valorizza di più la libertà e la responsabilità individuali. Il pasto è un accordo di volontà, un contratto, una negoziazione. Si è responsabili delle proprie decisioni. »

La Francia è quindi in ritardo? Non è del tutto sbagliato, ma sembra che il cambiamento sia in atto.

Di fronte alle richieste di opzioni più « vegetali », è utile ricordare alcuni numeri. Dalle stime di Bernard Boutboul, in

Francia se ne parla molto, ma solo lo 0,2 % della popolazione è vegana e il 4 % è vegetariana. Ai ristoranti conviene dunque avere da una a tre referenze « vegetariane » gustose per mirare al 55 % che si dichiarano flexitariani in Francia… e che però rappresentano solo il 4-6 % delle vendite. Secondo Bernard, è un vero paradosso, fonte di vincoli, dover insistere a proporre referenze che il cliente alla fine consumerà poco. Ma non c'è scelta.

Made in France: Adaozañ, mangiate mele!

L'atelier Adaozañ nasce a Quimperlé dalle idee brillanti di due giovani bretoni, il designer Youenn Le Pocréau ed il falegname Guillaule Bournigal. Questi ultimi creano piccoli oggetti quotidiani partendo dai rifiuti di mele, il che li rende biodegradabili e riciclabili.

La loro idea è nata facendo caso alla quantità di scarti di mele disponibili (100.000 tonnellate in Bretagna ed in Normandia), desiderosi di creare nuovi materiali che fossero un'alternativa alla plastica e ai derivati del petrolio, Youenn e Guillaume hanno avuto l'idea di agglomerare la pomace in un materiale simile al sughero. Da qui nascono i primi esperimenti: la termocompressione fa reagire la materia prima, attivando un processo chimico che crea un legante naturale.

Dal loro laboratorio a Quimperlé, il duo sta sviluppando presse riscaldate per produrre due materiali: una sorta di terrazzo vegetale che mostra la buccia e i semi, e una variante più fine, liscia e uniforme. Entrambi presentano un colore naturale di un marrone profondo e possono essere tagliati, incisi e assemblati come il legno. Oltre a una collezione di piccoli oggetti - portamonete e supporti per bottiglie -, Adaozañ ha sviluppato una serie di rivestimenti murali destinati all'architettura d'interni. I fondatori prevedono di ampliare questa gamma, in particolare con nuove forme e colori. Non escludono, in futuro, di esplorare altri rifiuti agricoli brettoni.

(Contributo editoriale a cura della Camera di Commercio Italiana per la Francia di Marsiglia [2])

Allegati
Francia: Auto elettriche: la rivoluzione è ben avviata! [3]
Agoralim, un "secondo Rungis" tanto atteso per aprire il nord di Parigi [4]
Ristoranti: come i cuochi affrontano le intolleranze alimentari [5]
Made in France: Adaozañ, mangiate mele! [6]
Ultima modifica: Mercoledì 15 Gennaio 2025

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

Source URL: https://www.assocamerestero.com/notizie/notizie-dai-mercati-esteri-francia-0

Collegamenti
[1] https://www.assocamerestero.com/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D1122
[2] https://www.assocamerestero.it/ccie/camera-commercio-italiana-francia-marsiglia
[3] https://www.assocamerestero.com/sites/default/files/contenuto_redazione/notizie/file/opinion_voitures_electriqu

es_la_revolution_est_bien_en_marche_les_echos.pdf
[4] https://www.assocamerestero.com/sites/default/files/contenuto_redazione/notizie/file/agoralim_un_second_rungis_tres_attendu_pour_desenclaver_le_nord_de_paris_les_echos.pdf
[5] https://www.assocamerestero.com/sites/default/files/contenuto_redazione/notizie/file/restaurants_comment_les_chefs_relevent_le_defi_des_intolerances_alimentaires_les_echos.pdf
[6] https://www.assocamerestero.com/sites/default/files/contenuto_redazione/notizie/file/made_in_france_adaozan_mangez_des_pommes_les_echos.pdf