

Agroalimentare Speciale

Selenella, vanto italiano Vola il fatturato: più 13,6%

Il Consorzio della patata di qualità, anche nel 2020 confermato il trend positivo
Il presidente Cristiani: «Sempre più riconosciuto il valore della nostra filiera»

di Marco Principini

Selenella - Consorzio Patata Italiana di Qualità ha chiuso il 2020 a quota 16,2 milioni di euro di fatturato, con un incremento del 13,6% rispetto al 2019. Continua il trend positivo degli ultimi anni che, per quanto riguarda le vendite a valore, ha segnato un aumento del 16,7% e per le vendite a volume del 13,9%, in linea con l'andamento positivo del mercato delle patate che lo scorso anno è cresciuto sia a volume (+9,4%) che a valore (+14,1%), generando un fatturato aggregato di oltre 400 milioni (Fonte: Nielsen). Le performance 2020 dei prodotti **Selenella** hanno contribuito in maniera significativa alla crescita della categoria sia in termini di volume che di valore, mantenendo costante il prezzo di cessione e di vendita al consumatore, sempre più informato e attento a scegliere prodotti connotati da specifiche caratteristiche di salute, benessere e sostenibilità. **Selenella** è leader nel settore delle patate confezionate con il 20,1% di quota di mercato a valore.

«**Gli importanti** risultati raggiunti in un anno complesso come il 2020 testimoniano che una filiera di eccellenza 100% italiana come quella **Selenella** è un valore sempre più riconosciuto e apprezzato dai consumatori - sottolinea Massimo Cristiani (**nella foto**), presidente **Selenella**-Consorzio Patata Italiana di Qualità -. Riuscire a condividere il nostro impegno in termini di qualità, innovazione e sostenibilità a 360 gradi con chi ogni giorno sceglie i prodotti **Selenella** è la conferma che la strada che stia-

mo percorrendo è quella giusta».

Durante lo scorso anno, il settore pataticolo ha reagito in maniera positiva alle variazioni dei consumi, registrando complessivamente crescita omogenee per aree di mercato. Andamento confermato anche da **Selenella** che ha segnato un picco in Area 2 (Veneto, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige, Emilia-Romagna) con il +17,5% delle vendite a volume e il +22,2% a valore. Rispetto al quadro generale legato all'emergenza sanitaria, il Consorzio Patata Italiana di Qualità è riuscito a garantire

disponibilità di prodotto, riuscendo a soddisfare la domanda crescente su tutto il territorio nazionale.

Indicatori positivi anche nei primi mesi del 2021, come spiega Cristiani: «I primi dati disponibili confermano un trend ancora in crescita. Durante il 2021 continueremo a sostenere il nostro

prodotto di punta, le patate, sia in termini di conoscenza che di posizionamento, lavorando in parallelo per ampliare il mercato degli altri ortaggi dell'offerta **Selenella** - carote e cipolle fonte di selenio - anche attraverso una distribuzione sempre più capillare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato





La proprietà intellettuale "A" riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa "A" da intendersi per uso privato