

Selenella

COMUNICATO STAMPA

SELENELLA A MACFRUT: FOCUS SU SCENARI DI MERCATO, CONSUMI E SVILUPPI DELLA PATATICOLTURA

Successo per la tavola rotonda promossa dal Consorzio, dedicata al rapporto tra salute, settore pataticolo e sostenibilità

Bologna, 12 maggio 2022. Si è tenuta in occasione dell'edizione di Macfrut appena conclusasi la tavola rotonda **"Paniere alimentare e salute: il ruolo del settore pataticolo. Scenari attuali e prospettive per i consumi"**, promossa da [Selenella - Consorzio Patata Italiana di Qualità](#). L'incontro si è svolto alla presenza di **Massimo Cristiani**, presidente Selenella - Consorzio Patata Italiana di Qualità, ed è stato animato dagli interventi di **Daria Lodi**, Analista consumi prodotti ortofrutticoli - CSO Italy, **Luciano Trentini**, Coordinatore CEPA, **Elena Chiarello** - Phd Programme Health, Safety and Green Systems - Università di Bologna, e **Giacomo Accinelli**, Coordinatore Consorzio Patata Italiana di Qualità. A moderare il dibattito **Viviana Spadoni**, Homina Comunicazione e Relazioni pubbliche.

Il dibattito ha rappresentato un'occasione di condivisione dei progetti del Consorzio, in particolare sulla sua filiera di alta qualità, 100% italiana e sostenibile, nonché dei benefici nutrizionali dei suoi ortaggi fonte di selenio. La partecipazione di esperti in diversi ambiti ha inoltre permesso un'analisi trasversale sul settore pataticolo, che ha preso in esame le complessità dell'attuale scenario sul piano del mercato, del cambiamento dei consumi e della rimodulazione del paniere della spesa.

*"Abbiamo partecipato a Macfrut con entusiasmo e siamo lieti di aver contribuito al dibattito sul nostro settore con un appuntamento ricco di contenuti e spunti di riflessione – ha commentato in apertura **Massimo Cristiani**, presidente Selenella – Consorzio Patata Italiana di Qualità. Oggi un confronto dedicato allo scenario dei consumi è a dir poco necessario, in quanto ci offre la possibilità di comprendere i fenomeni che stanno incidendo sul mercato, legati a inflazione, aumento dei costi di produzione e conflitto in Ucraina. Abbiamo il dovere di non farci cogliere impreparati e di ricorrere a strategie vincenti, con l'obiettivo di continuare a garantire ai consumatori prodotti di alta qualità e sostenibili, anche in questi tempi complessi".*

*"Il settore pataticolo sta affrontando diverse criticità, ma la patata ha dei vantaggi strutturali da non sottovalutare, come quello di poter essere venduta sia fresca che trasformata e di essere molto apprezzata dai consumatori – ha sottolineato **Luciano Trentini**, Coordinatore CEPA. Certamente l'aumento dei costi di produzione ha messo i produttori nella condizione di dover riformulare i prezzi al consumo, talvolta ricorrendo alle promozioni, che però rischiano di innescare un meccanismo di livellamento generale verso il basso che non giova a nessuno. Oltre a questi temi, ci sono poi quelli storici, come la riduzione delle superfici e il trattamento dei parassiti, che impensieriscono gli agricoltori, e infine l'emergere di nuove coltivazioni concorrenziali, come quelle cerealicole. Tuttavia in questo complesso pattern di criticità, è bene ribadire l'importanza di un impegno condiviso e sinergico da parte della filiera e della diversificazione, come è stato*



Selenella

fatto nel caso del pomodoro da mensa. Solo uno sforzo collettivo può aumentare i margini di prevedibilità in questo scenario”.

Alla domanda su come il Consorzio ha reagito alle variazioni del mercato degli ultimi anni, **Giacomo Accinelli** – Coordinatore Consorzio Patata Italiana di Qualità ha risposto: *“Il Consorzio è riuscito a consolidare la corsa al carrello del 2020, alzando il livello qualitativo e raggiungendo la distribuzione in maniera continuativa. Nel 2021 la nostra quota di mercato è aumentata e oggi siamo ancora in crescita, anche per quanto riguarda carote e cipolle. Riusciamo a fare tutto questo grazie alla nostra filosofia imprenditoriale, fondata su investimenti costanti in ricerca, sviluppo e innovazione. Questo modus operandi ci consente una buona pianificazione e di garantire un ulteriore strumento di tutela del produttore, che già a inizio anno sa a quanto verrà liquidato il suo prodotto. La comunicazione, infine, gioca un ruolo essenziale per il brand, primo nel settore orticolo per notorietà. Presidiamo tutti i canali, dalla tv alla radio al digital, in cui stiamo puntando sempre di più. Siamo anche sponsor del Bologna FC e con la squadra giovanile stiamo lavorando a un progetto di educazione alimentare rivolto alle famiglie”.*

Proprio l’educazione al buon cibo e la cultura alimentare premiano le proprietà nutritive delle patate, ma anche delle cipolle e delle carote, tutti ortaggi da consumare frequentemente all’interno di una dieta sana ed equilibrata. **Elena Chiarello** - Phd Programme Health, Safety and Green Systems dell’Università di Bologna nel corso del suo intervento ha affermato che: *“Negli ultimi anni la maggiore consapevolezza della relazione causa-effetto tra cibo e salute ha visto il consumatore scegliere con oculatezza ciò che porta in tavola, limitando il consumo di certi alimenti che possono aumentare l’insorgenza di alcune patologie. Gli ortaggi Selenella sono ricchi di elementi utili per il nostro organismo, tra cui vitamine, fibre, e potassio. Il selenio, infine, è un minerale importante per le sue proprietà antiossidanti, per il quale è consigliata un’assunzione quotidiana. La comunicazione di Selenella, unita all’ottima offerta dei suoi prodotti di qualità, può indirizzare i consumatori a stili alimentari più sani senza rinunciare al gusto, ed è su questo aspetto che è importante lavorare per promuovere una cultura del cibo positiva e scientificamente fondata”.*

Il contributo di **Daria Lodi**, Analista consumi prodotti ortofrutticoli - CSO Italy, ha tracciato infine un bilancio proprio sui trend dei consumi e sull’interesse che le famiglie italiane nutrono nei confronti della sostenibilità, intesa come driver d’acquisto: *“È sicuramente cresciuta la sensibilità verso alcuni temi, come dimostra l’aumento della richiesta di biologico registrata negli ultimi tempi. Altresì è evidente uno scostamento fra quanto i consumatori dichiarano in termini di attenzione alla “sostenibilità” rispetto all’atto di acquisto: sono infatti potenzialmente incompatibili rispetto ad aspetti di consumo come la crescita dei volumi acquistati confezionati oppure l’aumento degli acquisti di frutta esotica d’importazione. Al netto dell’aumento dei consumi scandito dagli effetti della pandemia, ora l’acquisto di ortofrutta ha ripreso a percorrere il trend al ribasso momentaneamente bloccato nel 2020: le famiglie destinano a questa categoria un importo in linea con quello delle annate precedenti, ma diminuiscono i volumi acquistati per il consumo domestico. La patata, in questo scenario di incertezza, è sicuramente avvantaggiata, confermandosi protagonista del paniere della spesa a un prezzo accessibile”.*



Selenella

Selenella - Consorzio Patata Italiana di Qualità

Selenella - Consorzio Patata Italiana di Qualità è un Consorzio di produttori, cooperative e operatori della provincia di Bologna riunitisi con l'obiettivo di valorizzare la produzione pataticola bolognese e orticola. Il Consorzio, che rappresenta l'eccellenza della filiera dalla produzione al commercio, oggi annovera 10 soci, cui fanno capo 320 produttori distribuiti sul territorio italiano, prevalentemente in Emilia-Romagna. Il Consorzio ha chiuso il 2020 con un fatturato pari a 16,2 milioni di euro di fatturato. Selenella è leader nel settore delle patate confezionate con il 22,4% di quota di mercato a valore.

Ufficio stampa
Homina Comunicazione e Relazioni Pubbliche
Viviana Spadoni, cell. +39 333 8084073
e-mail: viviana.spadoni@homina.it
Giovanna Floridia
e-mail: giovanna.floridia@homina.it

