



qualità, gusto e piacere

Il 2021 per il settore della IV gamma chiude con un valore complessivo di 867,3 milioni di euro

Il settore della IV gamma chiude con +6,3% a valore e + 6,9% a volume vs 2020. Risultati positivi nonostante il perdurare delle difficoltà legate alla pandemia che impattano anche sulla manodopera che, però, ha continuato a garantire puntualità, qualità e freschezza. Il 2022 inizia con segno positivo.*

Secondo le rilevazioni di mercato Nielsen, il **settore della IV gamma ha chiuso il 2021 con un valore complessivo pari a 867,3 milioni di euro, +6,3%** (a valore) e **+ 6,9%** (a volume) rispetto al 2020*: risultati positivi nonostante il perdurare delle difficoltà legate alla pandemia.

Dopo un 2020 fortemente segnato dall'impatto dell'emergenza Covid-19, nel primo semestre 2021 il **settore della IV Gamma ha ripreso a crescere** confermando il trend degli anni pre-pandemia. Il **secondo semestre dello scorso anno ha segnato una nuova battuta d'arresto** per le vendite di IV gamma, frenate dalla nuova ondata di Covid-19.

*“Investimenti in ricerca ed innovazione nel nome della sostenibilità – ha dichiarato **Andrea Battagliola, Presidente del Gruppo IV gamma di Unione Italiana Food** – sono i **nostri punti chiave** per continuare a crescere e garantire prodotti di primissima qualità ai nostri consumatori finali. Nonostante il perdurare delle difficoltà legate alla pandemia, siamo **soddisfatti dei dati relativi al 2021** che ci consegnano una tenuta generale del settore, anche se ancora non siamo tornati ai livelli pre-pandemia. Le difficoltà provocate dal Covid sono anche relative all'incremento esponenziale delle persone in malattia all'interno della nostra filiera. Un settore che lavora materia prima fresca e che, quindi, non può contare su scorte di magazzino è fortemente impattato da picchi di personale in malattia come è avvenuto in questi ultimi mesi. I nostri sforzi, per continuare a garantire i prodotti sui punti di vendita con la consueta puntualità e qualità, sono stati enormi: per questo mi sento di ringraziare tutto il personale impiegato nella nostra filiera per l'impegno dimostrato”.*

*Source: Nielsen – Totale Italia - Dati aggiornati alla settimana terminante il 02/01/2022

Ufficio stampa

Aida Partners Srl – Via Rutilia 10/8 Milano

Alessandro Norata – alessandro.norata@aidapartners.com