

PRODOTTI SURGELATI, NEL 2017 TORNANO A CRESCERE I CONSUMI: +2,9% NEI PRIMI 8 MESI DELL'ANNO DOPO UN 2016 FLAT

Presentato oggi, a Milano, il "Rapporto annuale sui Consumi dei prodotti surgelati" in Italia, realizzato dall'IIAS - l'Istituto Italiano Alimenti Surgelati. Dopo un 2016 sostanzialmente stabile (+0,1%), i consumi dei cibi "sotto zero" hanno ripreso a crescere, registrando nei primi 8 mesi del 2017 un incremento superiore al trend del settore alimentare in generale (che è cresciuto invece del +2,5% nei primi 6 mesi dell'anno). A trainare la ripresa, grazie anche ai nuovi trend alimentari emergenti, vegetali, ittici, pizze e snack

24 Ottobre 2017 - Dopo cinque anni di consumi alimentari scanditi dal segno "meno", nel 2017 la crisi sembra, finalmente, alle spalle e il **carrello della spesa degli italiani torna a riempirsi (+2,5%** nei primi 6 mesi dell'anno). A contribuire alla ripresa anche il **settore dei prodotti surgelati** che, da gennaio ad agosto di quest'anno, ha registrato **nel solo canale Retail (unici dati al momento disponibili sul 2017)**, un incremento dei consumi superiore anche alla crescita del settore alimentare, con un positivo **+2,9%**, dopo un 2016 sostanzialmente "flat" (+0,1%). Nel dettaglio, sono state circa **328.149 le tonnellate di alimenti surgelati** acquistate **nei primi 8 mesi dell'anno**, con picchi tra i **vegetali (+4,1%)**, l'**ittico (+4,4%)**, le **pizze e gli snack (+4,5%)**. Sono questi in sintesi i principali dati del **"Rapporto sui Consumi dei prodotti surgelati"**, realizzato dall'IIAS - l'Istituto Italiano Alimenti Surgelati - che ha fatto il punto sull'andamento del comparto in Italia nel 2016 e nei primi 8 mesi del 2017. Dalla fotografia scattata da IIAS, i surgelati sembrano aver conquistato un **ruolo centrale nelle scelte di consumo** dei nostri connazionali, che li identificano come **autentici interpreti della modernità alimentare**.

Ma è già nel 2016 che il settore dei prodotti surgelati ha visto arrestarsi il trend di decrescita che aveva caratterizzato gli anni precedenti, con un volume complessivo di **824.500 tonnellate di prodotti venduti** (tra retail e food service, i consumi **sono stati sostanzialmente stabili a +0,1%** rispetto al 2015). *"Già nel 2016 il settore dei surgelati aveva segnato un andamento migliore rispetto a quello dell'alimentare in generale, che si era fermato a un -0,5%. Nei primi mesi di quest'anno le cose stanno andando ancora meglio e la tenuta positiva del comparto - afferma **Vittorio Gagliardi, Presidente dell'IIAS** - che è stata costante anche durante i precedenti anni di profonda crisi economica, ha fatto di questi prodotti non più degli alimenti 'emergenziali', ma dei veri coprotagonisti della dieta degli italiani. Questo, sicuramente, grazie alla capacità di innovare tipica di questo settore, che ogni anno - in media - fa contare un 30% in più di nuovi prodotti sul mercato. Ma anche grazie alla qualità organolettica dei prodotti, alla disponibilità in ogni stagione, alla velocità di preparazione, alla valenze nutrizionali, a una etichettatura precisa e trasparente, nonché a una lunga durata nel freezer di casa: plus che ne fanno prodotti ideali per la dieta di tutti i giorni".*

SALE A 13,69 KG/ANNO IL CONSUMO PRO-CAPITE DI SURGELATI NEL 2016: +1% RISPETTO AL 2015

Nel 2016, il **consumo pro-capite** di prodotti surgelati in Italia è stato pari a **13,69 kg** (contro i 13,55 del 2015, +1%). Sono state circa **24.700.000 le famiglie italiane (95,6%** del totale) che hanno acquistato surgelati e lo hanno fatto **in media 2 volte al mese** (24 acquisti all'anno), per un **valore complessivo del mercato di 4,5 miliardi di euro**. Un consumo che, peraltro, appare non più appannaggio delle sole regioni del Nord Italia: **Nord-est (32,9%)**, **Nord-ovest (20,1%)**, **Centro (26,3%)** e **Sud (20,7%)**. *"L'interesse dei consumatori verso i prodotti surgelati - continua **Gagliardi** - è aumentato proporzionalmente al miglioramento della loro qualità. La scarsa manipolazione dei prodotti e la conservazione naturale, ottenuta soltanto attraverso il freddo, hanno permesso alle aziende del comparto di caratterizzarsi quali convincenti interpreti della cultura alimentare italiana, in grado di coniugare, nelle preparazioni, correttezza nutrizionale e riconoscibilità degli ingredienti. La capacità delle aziende di rispondere alle nuove esigenze di consumo ha fatto il resto".*

TREND CONSUMI: SUL PODIO VEGETALI, ITTICI, PIZZE E SNACK

I dati positivi di consumo del 2016 sono stati ampiamente confermati nei **primi 8 mesi del 2017**, per un totale di **quasi 330 mila tonnellate consumate, nel solo canale Retail (unici dati al momento disponibili)**. A trainare la crescita sono stati i **prodotti vegetali** (136.789 tonnellate), **gli ittici** (61.958 tonnellate), **le pizze e gli snack** (49.788 tonnellate). In questo contesto, merita una menzione speciale la **crescita delle vendite a domicilio**, che nel comparto alimentare in generale hanno chiuso il **2016 con un +3,3%**. Nel settore dei surgelati, in particolare, **il mercato del "porta a porta"** ha segnato **una crescita su base annua di circa l'1,5%**: le categorie più performanti rimangono quelle della pizza, del pesce e dei vegetali, che hanno contribuito in maniera consistente a questo sviluppo, grazie all'offerta di prodotti di ottima qualità e contraddistinti da un altissimo contenuto di "servizio".

Andando nel dettaglio, si scopre che il segmento dei **vegetali** resta **uno tra i più amati dai consumatori**: nel 2016 ne sono state consumate complessivamente, tra *retail e food service*, 395.500 tonnellate (+0,6% vs. 2015), mentre **nei primi 8 mesi del 2017**, complice anche l'esplosione di nuove tendenze alimentari come il biologico o il forte incremento di vegetariani e vegani, **la crescita, nel solo canale Retail, ha già toccato quota +4,1%** (con un rimarchevole +7,8% per le zuppe e i minestrone ricettati).

Non da meno risultano le performance del **settore ittico**: 108.000 le tonnellate consumate in totale nel 2016 e ben 61.958 quelle acquistate da gennaio ad agosto 2017 nel solo Retail, con **una crescita del +4,4%**. A riprova della sempre più accentuata propensione degli italiani a ridurre il consumo di carne (soprattutto nelle preparazioni surgelate), prediligendo spesso il pesce - al naturale, panato, pastellato, in bastoncini - apprezzato per la valenza nutrizionale, la leggerezza e la sicurezza garantita dalla massima trasparenza in etichetta.

Anche **pizze e snack** mostrano **segnali molto positivi**, confermandosi una vera alternativa al pasto principale. Circa 89.600 sono state le tonnellate consumate, tra *retail e food service*, nel 2016 (+4,2% rispetto al 2015), in crescita anche **in questo 2017 (+4,6% nel solo retail)**. Un dato positivo che si spiega anche grazie alle **importanti innovazioni introdotte**: dal "gusto" (dalle farciture agli impasti, tra cui quello gluten free) al formato (non più solo pizze tonde e quadrate, ma anche rettangolari e calzoni).

Menzione speciale va al settore dei **piatti ricettati** che, dopo anni di continua decrescita, si è finalmente stabilizzato, **iniziando ad avanzare cautamente**. Nel 2016, sono state 44.650 le tonnellate acquistate complessivamente in questo segmento; **nei primi 8 mesi del 2017**, ne sono state consumate già **20.060** nel solo canale Retail, con una lieve crescita del **+0,5%** e senz'altro le aziende continueranno a spingere **sull'innovazione tecnologica**, allargando l'offerta delle "meal solution" e arricchendola anche con gamme ispirate a nuovi sapori, come ad esempio quelli etnici, sempre più richiesti. Infine, nel 2017, a crescere sono anche **dessert (+4,5% vs. 2016)** e **frutta surgelata (+27,1% vs. 2016)**.

In controtendenza, invece, il settore delle **patate** (fritte ed elaborate, che rappresentano il 17% del totale dei surgelati), che registra **una decrescita del -1,2%** rispetto all'anno precedente, così come i **prodotti a base di carne (-6% circa per la carne rossa e -6,5% per quella bianca)** e **le paste semilavorate (-22,2% nei primi 8 mesi del 2017 rispetto allo stesso periodo del 2016)**.

A TAVOLA SENZA SPRECHI: NUOVE TENDENZE ALIMENTARI ALLA CONQUISTA DEL FREEZER DEGLI ITALIANI

Che il sodalizio tra italiani e surgelati si sia ormai rafforzato e consolidato lo confermano anche i dati Nielsen, secondo i quali **più della metà degli italiani** identifica i **surgelati come veri prodotti "freschi"**, perché mantengono al meglio il valore nutritivo e le proprietà organolettiche nel tempo. **1 italiano su 3** li predilige per il **risparmio di tempo e di sforzi in cucina**, mentre circa il **10% ne apprezza l'aspetto più ecologico**: il surgelato è visto, insomma, come vero **"cibo anti-spreco"**, perché un consumo frequente di questi prodotti può abbattere del 47% gli sprechi alimentari (che nel 42% dei casi si verificano a livello domestico). Eppure, in questo contesto i surgelati vengono anche premiati per la loro capacità di rispondere ai mutati stili di vita dei consumatori. Laddove compaiono **nuovi trend alimentari, dal "bio" al "veg"**, fino ad arrivare ai **"senza"** - glutine, lattosio, ecc. (*vedi Focus 1*), ecco che gli alimenti surgelati sono apparsi da subito i giusti interpreti di questa nuova tendenza alimentare.

*"I prodotti surgelati sono stati premiati, sicuramente, per la capacità di innovare, ma anche perché i nuovi trend alimentari emersi – spiega Gagliardi – portano verso quei segmenti merceologici in cui questi alimenti sono molto forti, potendo far leva pure sul binomio "qualità/ facilità e rapidità di consumo". Di fatto, gli italiani vedono ormai nei surgelati la risposta migliore alle loro domande di **innovazione, sicurezza, varietà, lotta allo spreco e risparmio di tempo**, avendo ampiamente sfatato i "falsi miti" intorno a questi alimenti, un tempo considerati non propriamente economici e meno nutrienti rispetto ai freschi (*vedi Focus 2*).*

Ufficio Stampa IIAS c/o INC- Istituto Nazionale per la Comunicazione

Simone Silvi 06 44160881 – 335.1097279 – s.silvi@inc-comunicazione.it

Elena Mastroieni 06 44160843 – 334.6788706 – e.mastroieni@inc-comunicazione.it