

## PRODOTTI SURGELATI: NEL 2017, CONSUMI IN CRESCITA DEL + 2%. GLI ITALIANI LI PREMIANO PERCHÉ PRATICI, DI QUALITÀ E “ANTI-SPRECO”

- In crescita sia il canale retail (+3,1%) che il catering (+0,3%)
- A registrare le migliori performance del settore i prodotti ittici, i vegetali e le pizze & snack
- Per i consumatori, i prodotti sotto zero sono anche ottimi alleati contro gli sprechi in cucina: i surgelati pesano solo il 2,5% di tutto il cibo sprecato a livello domestico
- Presentato a Milano il “Rapporto annuale sui Consumi dei prodotti surgelati in Italia”, realizzato da IIAS - l’Istituto Italiano Alimenti Surgelati

13 Giugno 2018 – Il 2017 è stato l’anno della “rinascita” del comparto alimentare: salute e benessere sono stati i parametri dominanti del carrello della spesa, mentre si sono ridotte le vendite di articoli in promozione a favore di prodotti a maggiore valore aggiunto. Il trend positivo dei consumi alimentari è stato spinto anche dai prodotti surgelati, che nel 2017 sono cresciuti del +2% rispetto al 2016. In particolare, il canale retail ha registrato un rimarchevole +3,1% (531.500 tonnellate di prodotti venduti in totale), mentre il catering si è mantenuto su un +0,3% (310.000 tonnellate vendute). Nel 2017 sono state acquistate complessivamente circa 841.500 tonnellate di prodotti surgelati, con performance al top per l’ittico (+5% vs. il 2016), le pizze (+2,1%) e i vegetali (+1,8%). È questa la fotografia scattata da IIAS - l’Istituto Italiano Alimenti Surgelati, che ha presentato oggi il suo “Rapporto annuale sui Consumi dei prodotti surgelati”, per fare il punto sull’andamento del settore in Italia nel 2017, fornendo anche alcune anticipazioni sui dati di consumo del primo trimestre 2018.

I surgelati sono stati premiati dai consumatori sicuramente per le loro prerogative intrinseche: alta qualità organolettica, naturalità, disponibilità in tutti i mesi dell’anno, elevati contenuti nutrizionali, ampiezza e varietà dell’offerta, trasparenza delle informazioni in etichetta. “Negli ultimi anni, le aziende del comparto - afferma Vittorio Gagliardi, Presidente IIAS - sono riuscite a interpretare correttamente le nuove esigenze del consumatore, mixando la richiesta di prodotti a maggior contenuto ‘salute & benessere’ con quella di un elevato grado di servizio/praticità. Ma una delle principali ragioni del loro successo è che sono un vero ‘antidoto’ contro gli sprechi alimentari. Anche una recente ricerca<sup>1</sup> realizzata in Italia per fotografare il fenomeno del food waste lo conferma: i surgelati pesano solo il 2,5% di tutto il cibo che sprechiamo a livello domestico, contro un rimarchevole 63% dei prodotti freschi e un non trascurabile 30% di quelli confezionati a breve scadenza” (vedi Focus 1).

Se il 2017 è stato un anno “eccezionale” per il consumo di surgelati, i primi mesi dell’anno in corso impongono una cautela nelle previsioni per il 2018. “E’ ancora troppo presto per fare dei consuntivi o delle previsioni - commenta Vittorio Gagliardi di IIAS - ma il primo trimestre di quest’anno ci rimanda un andamento in chiaro-scuro. Se rapportiamo i dati 2018 con quelli del 2016 vediamo che il settore registra una crescita, a volume, di due punti percentuali circa. Dall’altra parte, però, i primi 3 mesi di quest’anno, paragonati con un periodo straordinario come i primi 3 mesi del 2017 (quando ci fu un gennaio con forti gelate che portarono a una scarsa disponibilità di prodotti “freschi”, se non a prezzi particolarmente elevati), mostrano una partenza a rilento, che ha caratterizzato di fatto l’intero largo consumo ed il food. Nel complesso, alla luce delle nostre esperienze pregresse, le aspettative delle aziende per il 2018 sono per una “normalizzazione” del trend da qui ai prossimi mesi, che consentirà di crescere nuovamente”.

### 13,9 KG/ANNO: CRESCE IL CONSUMO PRO-CAPITE DI SURGELATI. ITALIANI ATTENTI ALLA QUALITÀ

Nel 2017, la ripresa dei consumi di prodotti surgelati - che in Italia si è attestata al valore di 13,9 Kg pro-capite annui (con un nuovo incremento rispetto al 2016, in cui si erano registrati 13,6 kg) - è un fenomeno che ha riguardato tutta l’Europa, a riprova di un trend generalizzato in linea con i nuovi stili di vita sempre più diffusi.

Sebbene l’Italia sia ancora molto lontana dalle cifre record raggiunte da altri paesi europei (tipo i 46,3 kg pro-capite annui di prodotti surgelati consumati dai tedeschi), tuttavia nel 2017 ad acquistare prodotti surgelati nel nostro Paese sono stati ben 25 milioni di famiglie, con una penetrazione di più del 95% e un valore di mercato complessivo tra i 4.200 e i 4.500 milioni di euro.

<sup>1</sup> Dati 2017 Progetto “Reduce”, promosso dal Ministero dell’Ambiente in collaborazione con Università di Bologna-Distal, Politecnico di Milano-Dica, Università della Tuscia-Deim, Università di Udine-Deis e ULSS 20 di Verona.

Da una recente indagine *Censis-Coldiretti*, è emerso inoltre che chi **acquista sistematicamente prodotti surgelati** è in genere lo stesso consumatore che privilegia i prodotti **Dop e Igp** o gli acquirenti abituali di frutta e verdura da **agricoltura biologica**: in una parola, consumatori **attenti alla qualità**.

Questo dato è confermato anche dall'analisi di un particolare segmento del comparto surgelati: il **"porta a porta"**. Il settore è **cresciuto nel 2017 del +3,4%**, rivelandosi come **lo specchio fedele del nuovo stile di vita dei consumatori**, sempre più interessati al **"servizio"** e al **contatto diretto** con il venditore, con cui instaurano un forte rapporto di fiducia, risolvendo così i nuovi **"bisogni/necessità"** e i tempi ridottissimi a disposizione per gli acquisti alimentari.

#### **TREND CONSUMI SURGELATI 2017: AL TOP ITTICI, VEGETALI, PIZZE E SNACK**

Un'analisi dettagliata dei dati 2017 permette di constatare **una crescita in ogni segmento merceologico**. Il comparto dei surgelati ha risposto egregiamente alle richieste del mercato sempre più condizionate dai suggerimenti dei nutrizionisti, ma anche dall'**esplosione di nuove tendenze alimentari** (quali vegetariani e vegani) e dalla **forte domanda di prodotti "biologici" e "tradizionali"**. Ecco quindi spiegata la crescita dei vegetali naturali e in particolare delle zuppe, dei passati e dei minestrone (e, tra questi, dei **ricettati cresciuti dell'8,5% rispetto all'anno precedente**). **I vegetali surgelati consumati nel 2017** – tra retail e catering – **sono stati 402.450 tonnellate (+1,8% rispetto al 2016)**, che li ha consacrati come un **"every day product"**, presente nelle preparazioni gastronomiche di tutti i giorni.

**Performance al top anche per l'ittico**: nel 2017, ne sono state consumate **113.400 tonnellate, con una crescita di 5 punti percentuali** rispetto all'anno precedente. Nel solo canale retail, il **pesce naturale** registra un incremento del **+7%**, seguito a breve distanza da **mollane e crostacei (+ 6,7%)**; ma anche le **versioni panate e pastellate** chiudono l'anno con **risultati lusinghieri (+3%)**. I consumatori ormai apprezzano la qualità e soprattutto il **"servizio"** di questi prodotti (già puliti e pronti al consumo), consapevoli anche delle **tecniche di lavorazione ottimali** messe in atto dalle aziende produttrici e della **sostenibilità della produzione** garantita dalla certificazione **MSC (Marine Stewardship Council)** di cui molte aziende del settore si sono ormai dotate. Crescono anche **pizze e snack**, che **complessivamente registra nel 2017 una crescita del +2,1%** rispetto al 2016, con un **consumo di 91.500 tonnellate**. Questo segmento merceologico ha fatto passi da gigante sia in termini di **innovazione** che di **qualità**: l'offerta è divenuta sempre più varia, i prodotti sempre più simili a quelli **"artigianali"**, con un **occhio di riguardo anche alle mode alimentari** del momento, come l'uso di farine integrali o di kamut e le versioni senza glutine. Da registrare **l'exploit dei consumi delle "pizze grandi"**, che guadagnano un **+7% sul 2016**.

La fine della crisi economica ha arrestato anche la decrescita (molto forte negli ultimi 6-7 anni) del settore **dei piatti ricettati**, che finalmente hanno iniziato a risalire nei volumi. **Nel 2017**, ne sono state acquistate **45.500 tonnellate** (tra retail e catering), con un **incremento del +1,9%** rispetto all'anno precedente. **Alta qualità degli ingredienti, ricette tradizionali** ma nello stesso tempo **innovative, velocità** nelle modalità di preparazione, attenzione al **bilancio nutrizionale** rappresentano le prerogative principali che fanno di questa categoria **la migliore risposta alle necessità dei consumatori e del loro rinnovato stile di vita**, che lascia sempre meno spazio alle preparazioni alimentari domestiche.

Le **patate surgelate** – dopo la flessione del biennio 2015-2016 - fanno registrare nello scorso anno **un balzo in avanti del +1%**, per un totale di **145.350 tonnellate di patate consumate**. Una menzione speciale meritano le tradizionali **patate fritte**, che tornano a crescere confermando l'alto gradimento dei bambini e non solo.

Continua, invece, la **frenata nei consumi di prodotti a base di carne, soprattutto rossa (-2,3% nel 2017)**, influenzata senza dubbio dai nuovi stili alimentari emergenti, che spingono i consumatori verso una dieta più ricca di vegetali. In caduta anche **le paste semi-lavorate**, che registrano nel complesso un **-10%**.

---

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

Simone Silvi 06 44160881 – 335.1097279 – [s.silvi@inc-comunicazione.it](mailto:s.silvi@inc-comunicazione.it)

Elena Mastroieni 06 44160843 – 334.6788706 – [e.mastroieni@inc-comunicazione.it](mailto:e.mastroieni@inc-comunicazione.it)