I CONSUMI DEI PRODOTTI SURGELATI

RAPPORTO 2019

iiAS
ISTITUTO ITALIANO ALIMENTI SURGELATI

INTRODUZIONE pag. 4

I SURGELATI IN ITALIA. CONSUMI E TENDENZE pag. 9

Nel 2019 consumi alimentari all'insegna della stabilità pag. 10

I consumi di surgelati riprendono a crescere pag. 14

Tabelle pag. 18

IL PRIMO QUADRIMESTRE 2020 pag. 21

Boom dei consumi domestici, crollo del Fuoricasa pag. 22

EXPORT pag. 27

La nuova frontiera dei surgelati italiani pag. 28

SURGELATI E DIETA MEDITERRANEA pag. 31

Un binomio inscindibile pag. 32

Intervista a Giorgio Donegani pag. 33

Che cos'è l'IQF pag. 36

SURGELATI. COSA C'È DA SAPERE pag. 39

Novant'anni di successi dall'America a tutto il mondo pag. 40

10 "regole d'oro" per l'acquisto e il consumo dei surgelati pag. 42

INTRODUZIONE

Com'è consuetudine, il presente Rapporto comunica l'andamento dei consumi degli alimenti surgelati registrati nell'anno precedente nel nostro Paese. Stavolta però - e non potrebbe essere altrimenti - il nostro sguardo sarà rivolto anche alle evoluzioni in atto nell'anno in corso.

Il 2019 ha confermato la necessità, come Istituto Italiano Alimenti Surgelati, di continuare e rendere più penetrante la comunicazione al consumatore per informarlo e aggiornarlo sui numerosi vantaggi nutrizionali, qualitativi, economici, sociali e ambientali degli alimenti surgelati. Non solo, ma anche per metterlo al corrente dello sforzo costante delle nostre Aziende nel proporre innovazioni che rispondano ai bisogni del consumatore, in continuo cambiamento a seguito dei nuovi stili di vita e di un mondo del lavoro che impone rapidi mutamenti alle famiglie italiane.

A partire dal 1° gennaio 2019 si è costituita, divenendo operativa, Unione Italiana Food. Tra i settori da essa rappresentati, quello dei prodotti surgelati conta 27 importanti Aziende che operano sul mercato italiano. In questo nuovo contesto IIAS, ora completamente integrato con l'organizzazione di Unionfood, continua a intrattenere i rapporti con i media, promuovendo un dialogo che permetterà al consumatore una scelta consapevole dei prodotti che acquista e alle Aziende di conoscere con certezza le sue necessità e rispondere con celerità ai nuovi bisogni.*
Nel 2019 l'Istituto, fra le tante attività realizzate, ha voluto conoscere meglio il rapporto tra i surgelati e le famiglie italiane, ascoltando il parere di nutrizionisti, sociologi e demografi. Dall'indagine, realizzata dalla Doxa, è venuta l'ennesima conferma dell'importanza della comunicazione che da più di sessant'anni conduciamo e che continueremo a svolgere.

È vero, infatti, che le famiglie italiane apprezzano il prodotto surgelato, tanto che solo l'1% non lo utilizza e oltre il 50% lo consuma almeno 2/3 volte a settimana. Ma risulta altrettanto evidente la necessità di promuovere la

---

** I numeri fanno di Unione Italiana Food la più grande Associazione di rappresentanza diretta di categorie merceologiche del settore alimentare in Italia ed Europa (31 merceologie rappresentate), con 450 imprese e 800 marchi.*
I settori rappresentati da Unionfood sviluppano un fatturato di oltre 36 miliardi di euro (circa 1/3 del totale nazionale alimentare), con una leadership sull'export di 12 miliardi di euro (circa il 40% del totale nazionale alimentare) e un'occupazione complessiva di 65 mila addetti.

cultura su diversi aspetti che caratterizzano la filiera dei surgelati e i suoi prodotti: catena del freddo, contenuti nutrizionali e assenza di conservanti, etichettatura, tecniche di surgelamento, additivi; e poi le proprietà anti spreco, gli aspetti ambientali e infine la qualità e sicurezza delle materie prime. Insomma su tutti quei temi che sono alla base del rapporto ormai consolidato con il consumatore e che rappresentano il punto di forza del nostro settore.

Il crescente apprezzamento dei surgelati da parte degli Italiani si è tradotto l'anno scorso in un aumento del +1,5% dei volumi acquistati attraverso il canale Retail, al quale si è affiancato un incremento leggermente inferiore, ma pur sempre significativo, del canale Fuoricasa (+1,1% in volume).

Il risultato è stato una crescita complessiva dei consumi pari al +1,3%, per un valore assoluto di 849.900 tonnellate, corrispondente a un consumo pro capite annuo di oltre 14 kg. Un andamento migliore - come accade da tempo - di quello della spesa alimentare complessiva delle famiglie italiane, pari al +0,4% rispetto al 2018.

*****

Il 2020 era cominciato in sintonia con la chiusura del 2019 confermando un trend positivo del settore surgelati. Poi, a fine febbraio, i primi segnali di un evento impensabile: l'epidemia del Coronavirus, che fino ad allora sembrava riguardare solo la lontana Cina, ha colpito improvvisamente l'Italia.
Le ripercussioni sulle vendite di alimentari sono note. A inizio marzo il Governo decreta il lockdown con il #iorestoacasa, raccomandando fortemente di ridurre al minimo le uscite e limitandole sostanzialmente all'acquisto dei beni di prima necessità: alimenti, detersivi, disinfettanti. Ciò genera una corsa all'acquisto per la creazione di uno "stock" casalingo che privilegia, ovviamente, i prodotti a lunga conservazione: non solo riso, pasta, scatolame ma anche - se non soprattutto - i surgelati, i più simili per qualità al prodotto fresco. Tutti i segmenti del nostro settore hanno registrato impennate senza precedenti: nel primo quadrimestre 2020 gli acquisti complessivi di surgelati nel canale Retail hanno segnato un +13,5%, nei quali si segnalano le performance di segmenti quali l'ittico (+16,5%), gli snack salati (+21,5%), le pizze (+12,5%) e le patate (+12%). Per il resto dell'anno, gli addetti ai lavori prevedono, a fronte di un rientro della fase acuta dell'emergenza sanitaria, una progressiva stabilizzazione dei consumi.

D'altra parte, a questi numeri positivi hanno fatto riscontro i dati fortemente negativi del Fuoricasa: nel primo trimestre il Cash&Carry e l'intero comparto della ristorazione commerciale e collettiva, a seguito della chiusura di pubblici esercizi, bar, ristoranti, mense scolastiche e aziendali, si è quasi dimezzato. Il trend negativo proseguirà anche nel secondo semestre dell'anno e impatterà inevitabilmente sull'intero settore surgelati, che ha nel Fuoricasa un fondamentale canale di vendita. L'auspicio, dopo le progressive riaperture di maggio e giugno, è quello di una pronta ripresa del sottozero, proprio per il suo ruolo chiave nel garantire sicurezza alimentare, gestione degli stock, riduzione degli sprechi e ottimizzazione dei costi.

In conclusione, l'esperienza di questi mesi ha confermato la forte capacità di adattamento e resilienza della filiera dei surgelati, anche e soprattutto nei momenti di emergenza. Chiamato a uno straordinario impegno produttivo, da compiere in situazioni di massima sicurezza per tutti i dipendenti e collaboratori, il nostro settore, così come gli altri dell'agroalimentare nazionale, ha assolto pienamente la propria responsabilità: siamo stati più che mai vicini agli Italiani garantendo loro la costante presenza nella distribuzione di prodotti con i consueti, elevatissimi livelli di qualità e igienicità.

È un patrimonio produttivo, tecnologico, economico, sociale su cui fare affidamento per la "ripartenza" del Paese. Sappiamo che la sfida che ci attende sarà durissima, in particolare (ma non solo) per il Fuoricasa,

ma siamo consapevoli di avere a nostra disposizione molte armi, anche nuove: quest'anno, un capitolo del Rapporto è dedicato all'export dei surgelati nel quale, grazie a un nostro lungo e non facile lavoro, condotto in collaborazione con le Istituzioni italiane a livello internazionale, nazionale e locale, si aprono per le nostre aziende importanti opportunità.

Non dimentichiamo che la nostra industria agroalimentare - di cui il settore dei surgelati costituisce una componente significativa - è uno dei punti di forza del Made in Italy, derivante da uno stile di vita, la Dieta Mediterranea, unanimemente ritenuto il migliore del mondo per garantire la salute tanto dell'uomo quanto del pianeta (il 16 novembre prossimo cadrà il primo decennale del suo riconoscimento quale Patrimonio immateriale dell'umanità da parte dell'Unesco).

Le Aziende di surgelati, come le altre del Made in Italy agroalimentare, si impegnano con forza a diffondere e portare avanti l'eredità della nostra migliore cultura per rispondere pienamente alle richieste e ai bisogni, vecchi e nuovi, del mercato nazionale e internazionale.

Vittorio Gagliardi
Presidente Istituto Italiano Alimenti Surgelati

I SURGELATI IN ITALIA. CONSUMI E TENDENZE

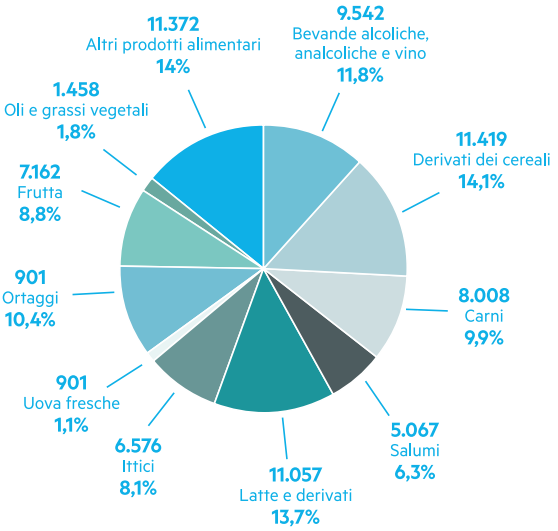
NEL 2019 CONSUMI ALIMENTARI ALL'INSEGNA DELLA STABILITÀ

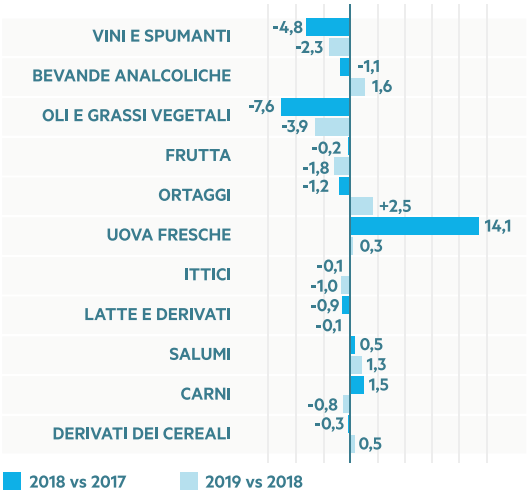
Nel 2019 la spesa alimentare delle famiglie italiane è cresciuta del +0,4% rispetto al 2018 (dati ISMEA). In verità, l'anno aveva dato nel primo semestre segnali più positivi (+1%), ma un deciso rallentamento nella seconda metà ha ridotto notevolmente lo slancio iniziale. Probabilmente, la sostanziale stabilità dei consumi alimentari (modificata, lo anticipiamo, dalla straordinaria emergenza Coronavirus verificatasi nel primo semestre 2020) non è più un fatto congiunturale, ma un fenomeno strutturale.

Al di là delle diverse disponibilità di reddito, sono cambiati i modelli di consumo e gli stili di vita. Si sono consolidate tendenze più razionali - si veda la crescente attenzione allo spreco alimentare - e i consumi alimentari fuori casa hanno continuato ad essere una necessità per fasce crescenti di popolazione.

LA SPESA PER ACQUISTI DOMESTICI DI PRODOTTI AGROALIMENTARI: VALORE, DINAMICHE E QUOTE 2019/2018

COMPOSIZIONE DELLA SPESA DOMESTICA 2019 - VALORE IN MILIONI DI EURO E PESO SU TOTALE SPESA ALIMENTARE (80.943 MILIONI DI EURO) IN IPER+SUPER E % SUL TOTALE DELLA SPESA ALIMENTARE)





FONTE: ELABORAZIONI ISMEA SU DATI NIELSEN

In tutto questo, continua ad aumentare la richiesta del contenuto di servizio associato all'offerta di alimenti. Analizzando il dato complessivo dei consumi, si conferma quanto già osservato nel 2018: i prodotti confezionati crescono del +1,9% mentre i prodotti sfusi, freschi, si contraggono decisamente: -3,1% (per una panoramica della spesa agroalimentare delle famiglie italiane, comparata con quella del 2018, si veda il grafico a pag. 10).

CIBO: IL PRIMO ELEMENTO DI BENESSERE

Il cibo rimane per gli Italiani al primo posto quale elemento indispensabile per garantire il loro benessere. Accanto alla preferenza per le ricettazioni tradizionali del nostro Paese, a conferma dell'elevata considerazione verso il Made in Italy agroalimentare, si consolidano con chiarezza valori come la sostenibilità, il rispetto dell'ambiente e la riduzione degli sprechi, ai quali risultano particolarmente sensibili i consumatori più giovani, i cosiddetti Millennials.

SICUREZZA E RISPETTO DELL'AMBIENTE

Cibo sicuro > ambiente > clima: questa è la filiera del benessere, presente e futuro. Tra i giovani, e non solo, è in atto un cambiamento denominato "green", ossia il desiderio di tutti quei cibi che impattino il meno possibile sull'ambiente. Sostenibilità, spreco alimentare, materie

prime da allevamenti sostenibili, limitato uso della plastica sono temi entrati stabilmente nella coscienza collettiva degli italiani (meno di uno su tre si dichiara indifferente).
In questa logica, le Aziende del settore sono impegnate a trovare soluzioni sempre più compatibili con l'ambiente (si veda, anche su questo, il continuo aumento del numero di certificazioni di qualità). Nel caso del packaging, la stessa industria alimentare propone alternative sempre più sostenibili e riciclabili mirando, nel contempo, a salvaguardare il plus di valore insito nella confezione: la garanzia di protezione e conservazione ottimale degli alimenti e - altrettanto importante - la possibilità di riportare in etichetta tutte le informazioni oggi indispensabili per compiere un acquisto consapevole e gestire al meglio il cibo in ambito domestico.

ANCORA FORTI IL BIOLOGICO E I CIBI "SENZA"

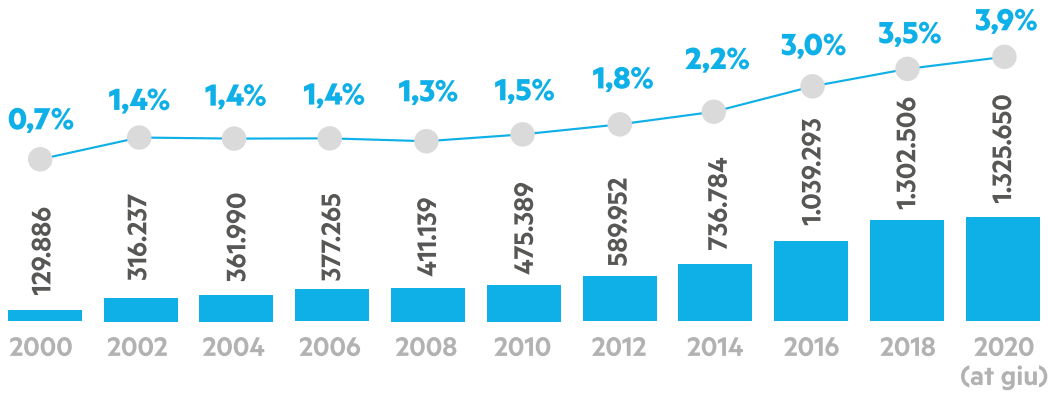
I vegetariani e vegani continuano ad aumentare, anche se non a ritmi sostenuti. E un numero crescente di persone esplora i cosiddetti "spuntini" a base di vegetali, perché alla ricerca di esperienze di consumo nuove e alternative alla carne. Una tendenza, questa, che gli esperti prevedono in crescita negli anni a venire.
I cosiddetti prodotti "free from", cioè senza zucchero, senza olio di palma, glutine, lattosio, senza additivi, rimangono un fenomeno rilevante, spinto dalla ricerca del benessere e da un'etica attenta alle ragioni dell'ambiente. Anche per i "cibi senza" le previsioni parlano di una crescita ma, probabilmente, attenuata nei ritmi, nella quale potranno trovare spazio nuove materie prime (semi, alghe ecc.).
Nello stesso contesto "salutistico" rientra la crescita del Bio, che ha chiuso il 2019 con un +3,9% a valore, l'incremento più alto dal 2000 (si veda il grafico in basso).

CIBI PRONTI READY TO EAT E FUORICASA

Nel 2019 è proseguita la crescita degli alimenti pronti e Ready to Eat, capaci di venire incontro alla sempre

VENDITE BIO

(IN MIGLIAIA DI PRODOTTI BIO A PESO IMPOSTO IN EURO
IN IPER+SUPER E % SUL TOTALE DELLA SPESA ALIMENTARE)



FONTE: ELABORAZIONI ISMEA SU DATI NIELSEN

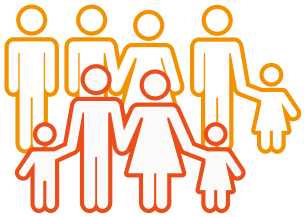
minore disponibilità di tempo da dedicare alla cucina.
Secondo l'ultimo rapporto FIPE, nel 2019 la spesa degli Italiani per i pasti fuoricasa ha toccato gli 86 milioni di euro (+2% rispetto al 2018). Com'è noto, nel primo semestre 2020 questo trend ha subìto, a causa dello scoppio della pandemia da Coronavirus, una brusca inversione di tendenza. Ma prima di esaminare le sue conseguenze sui surgelati, ecco una sintesi dell'andamento del nostro settore nel 2019.

I CONSUMI DI SURGELATI RIPRENDONO A CRESCERE

In un mercato alimentare sostanzialmente stagnante, i surgelati hanno ripreso nel 2019 quel cammino di crescita che aveva segnato, nel 2018, una battuta di arresto a causa più di condizioni meteo non favorevoli che di un mutamento nelle preferenze del consumatore.

L'anno si è chiuso con un consolidato di 849.900 tonnellate: +1,3% rispetto alle 838.580 tonnellate del 2018. Più dinamica la performance del canale Retail, che ha raggiunto le 531.400 tonnellate: +1,5% sull'anno precedente. Positiva anche quella del Catering (Fuoricasa), attestatosi a 318.500 tonnellate (+1,1% sul 2018).
L'aumento complessivo ha fatto sì che, per la prima volta nel nostro Paese, il consumo pro capite di surgelati abbia superato la soglia dei 14 chili annui (14,1). Anche il valore di mercato del settore ha segnato un incremento passando dai 4,3 /4,6 miliardi di euro del 2018 ai 4,4 /4,7 miliardi del 2019.

A trainare il comparto sono state le riconosciute qualità degli alimenti surgelati: altissimo livello qualitativo delle materie prime; disponibilità tutto l'anno; apporto



60.359.546

POPOLAZIONE ITALIANA AL 31/12/2019
(ISTAT)

OLTRE **25 MILIONI** DI FAMIGLIE ITALIANE CONSUMANO SURGELATI
(IL **95,5%** DEL TOTALE)

nutrizionale paragonabile al corrispondente prodotto fresco; vastità della scelta dovuta all'ampiezza della proposta; trasparenza delle dichiarazioni riportate nella confezione; praticità d'uso; effettiva valenza anti spreco; piena aderenza a una richiesta "green" in forte e continua crescita.
La ripresa dei surgelati ha riguardato tutti i principali segmenti del settore.

VEGETALI

I vegetali rimangono il fiore all'occhiello del settore: nel 2019 hanno rappresentato più del 43% del Retail e una percentuale ancora maggiore del totale dei surgelati. Sono tornati a crescere sia i vegetali semplici - in primis piselli, seguiti da spinaci, fagiolini e patate - sia le zuppe/minestroni, tal quali (a lunga cottura) e ricettati (a breve cottura). L'aumento si spiega con la crescente richiesta di benessere e di elevati contenuti nutrizionali e di servizio. Senza dimenticare il trend della sostituzione di proteine animali con quelle vegetali, che trova nei surgelati un'ottima possibilità.

ITTICO

Finalmente l'ittico è tornato ad aumentare e ha trovato nel mollame e nei crostacei alleati perfetti per portare, al giusto costo, il pesce nelle mense degli Italiani. Sono sempre più apprezzate la provenienza delle materie prime da pratiche certificate di pesca sostenibile, che garantiscono il rispetto dell'ambiente e delle specie, e la loro surgelazione velocissima, che permette di fissare la qualità del prodotto fresco. Ultima, ma non per importanza, l'informazione completa garantita dalle Aziende, per un acquisto pienamente consapevole: area di pesca, data di primo congelamento, scadenza, metodo di pesca, contenuti nutrizionali, metodo di preparazione ecc.

PATATE

Le patate surgelate tornano a crescere sia nel Retail sia nel Fuoricasa. Si possono preparare in vari modi - fritte,

al forno, nel microonde - mantenendo sempre la tipica gustosità croccante che le rende gradite ad adulti e ragazzi.

CARNI

Le carni surgelate, sia rosse sia bianche, riprendono a crescere, purché risultino di alta qualità. Ad oggi si tratta di un settore di nicchia, ma con interessanti potenzialità da cogliere attraverso offerte mirate.

PIZZE & SNACK

Le pizze surgelate si sono confermate una proposta particolarmente gradita, grazie alla loro enorme varietà: sottili o spesse, tonde o quadrate, piccole o grandi, a legna o in teglia, e con qualsiasi farcitura. La più richiesta rimane la Margherita, cui seguono vegetariana, capricciosa, ai funghi, al prosciutto. Ma non mancano le nuove tendenze: senza glutine, al Kamut, con farine alternative ecc. Il tutto con una qualità sempre più elevata, grazie a processi di lievitazione e cottura spesso paragonabili a quelli dei più esperti pizzaioli.

RICETTATI

Grande risveglio di questo segmento, sempre più richiesto dal consumatore. Primi, secondi e contorni crescono di volume, e se le aziende continueranno gli sforzi verso l'innovazione, il segmento potrà aspirare a riprendere i ritmi di crescita che lo hanno caratterizzato fino alla lunga crisi economica cominciata nel 2009.

PORTA A PORTA

Il segmento ha segnato nel 2019 un aumento significativo, paragonabile a quello registrato nel canale Retail, a conferma di quanto il Door to Door si sposi perfettamente con i nuovi stili di vita e di consumo: massimo servizio, stretto e diretto contatto tra venditore e cliente, grande varietà e innovazione nelle proposte, un catalogo chiaro, completo e accattivante, capace di soddisfare ogni necessità.

FUORICASA

Come anticipato, il 2019 si è chiuso con 318.500 tonnellate.

Aspetti come la disponibilità della materia prima in ogni periodo dell'anno, la porzionabilità, la non necessità di lavaggi, puliture, spinature ecc., la varietà delle ricettazioni proposte, la convenienza economica complessiva e, infine, l'igiene/sicurezza alimentare fanno dei surgelati la risposta più completa a chi è chiamato a somministrare piatti pronti: ristoranti, tavole calde, mense ecc.

849.900 TONN.
CONSUMO DEI SURGELATI NEL 2019

14,1 KG
CONSUMO PRO-CAPITE ANNUO

▶ TABELLA 1

CONSUMI DI PRODOTTI SURGELATI - RETAIL

TOTALE VENDITE IN ITALIA PER SEGMENTO MERCEOLOGICO

2019 VS 2018

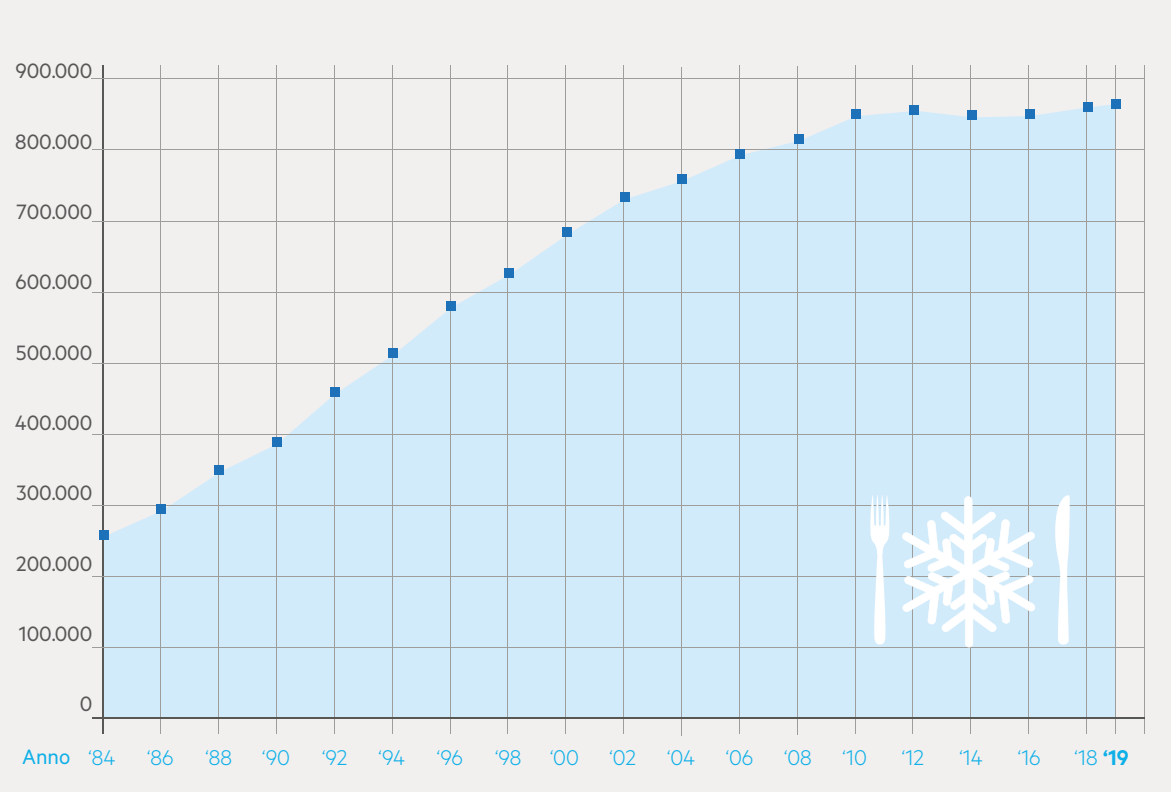
	TONNELLATE 2019	TONNELLATE 2018	VARIAZIONE % '19/'18
VEGETALI	**228.000**	**226.810**	**+0,5**
VEGETALI SEMPLICI	136.000	133.950	+1,5
ZUPPE E MINESTRONI	67.400	67.260	+0,2
- di cui ricettati	*16.300*	*15.875*	*+2,7*
VEGETALI PREPARATI	9.100	8.850	+2,8
ALTRI VEGETALI (ERBE AROMATICHE)	15.500	16.750	-7,5
PATATE	**72.300**	**71.760**	**+0,7**
PATATE FRITTE	66.600	66.100	+0,7
PATATE ELABORATE	5.700	5.660	+0,7
PRODOTTI ITTICI	**94.150**	**93.000**	**+1,2**
PESCE INTERO NATURALE	29.500	30.050	-1,8
MOLLAME NATURALE E CROSTACEI	32.050	29.950	+7,0
PESCE PANATO O PASTELLATO	32.600	33.000	-1,2
CARNE ROSSA	**4.500**	**4.395**	**+2,4**
CARNE BIANCA	**8.850**	**8.570**	**+3,3**
PASTE SEMILAVORATE	**800**	**910**	**-12,1**
PIZZE E SNACK	**78.500**	**76.650**	**+2,4**
PIZZE GRANDI	48.000	47.800	+0,4
PIZZETTE	2.780	2.750	+1,1
SNACK SALATI	27.700	26.500	+4,5
PIATTI RICETTATI	**32.900**	**31.980**	**+2,9**
PRIMI PIATTI	18.400	17.970	+2,4
SECONDI PIATTI	6.800	6.400	+6,2
CONTORNI	7.700	7.610	-1,2
DESSERTS	**4.500**	**4.450**	**+1,1**
FRUTTA	**820**	**800**	**+2,5**
ALTRO	**6.080**	**4.250**	
TOTALE GENERALE	**531.400**	**523.580**	**+1,5%**

▶ TABELLA 2

CONSUMI DI PRODOTTI SURGELATI DAL 1984 AL 2019

RETAIL + CATERING

ANNO	TONNELLATE	VARIAZIONE	ANNO	TONNELLATE	VARIAZIONE
1984	241.010	+9,5%	2002	725.460	+1,8%
1985	262.220	+8,8%	2003	736.855	+1,6%
1986	299.710	+14,3%	2004	757.559	+2,8%
1987	319.900	+6,7%	2005	792.360	+4,6%
1988	338.500	+5,8%	2006	797.437	+0,6%
1989	55.700	+5,1%	2007	803.751	+0,8%
1990	380.300	+6,9%	2008	814.173	+1,3%
1991	412.630	+8,5%	2009	823.523	+1,2%
1992	449.530	+8,9%	2010	836.936	+1,6%
1993	478.240	+6,4%	2011	839.608	+0,3%
1994	507.100	+6,0%	2012	838.385	-0,1%
1995	556.000	+9,6%	2013	825.350	-1,5%
1996	576.750	+3,7%	2014	821.440	-0,5%
1997	598.600	+3,8%	2015	824.195	+0,4%
1998	625.470	+4,5%	2016	824.480	+0,1%
1999	643.810	+2,9%	2017	841.500	+2,1%
2000	674.720	+4,8%	2018	838.580	-0,3%
2001	712.950	+5,7%	**2019**	**849.900**	**+1,3%**



IL PRIMO QUADRIMESTRE 2020

BOOM DEI CONSUMI DOMESTICI, CROLLO DEL FUORICASA

Il 2020 è cominciato in linea con le tendenze registrate nella seconda parte del 2019. I surgelati, in particolare, hanno confermato il proprio andamento positivo, malgrado una spiccata anomalia climatica (siccità prolungata e alte temperature invernali) che, per qualche settimana, ha messo in discussione la capacità di approvvigionamento, e dunque la continuità produttiva, del settore.

Poi, a fine febbraio, i primi segnali di un evento impensabile: l'epidemia del Coronavirus, che fino ad allora aveva riguardato la lontana Cina, ha colpito improvvisamente l'Italia.

CON IL LOCKDOWN SI IMPENNANO GLI ACQUISTI DI SURGELATI DA PARTE DELLE FAMIGLIE

Le ripercussioni sulle vendite di alimentari sono state immediate: a fine febbraio si registravano le prime impennate nella GDO (+8%), prima al Nord e poi nel resto del Paese. A inizio marzo il Governo decretava il lockdown con il #iorestoacasa: al consumatore veniva fortemente raccomandato di effettuare gli acquisti di prima necessità - alimenti, detersivi, disinfettanti - tendenzialmente una volta a settimana. Si è così generata una corsa agli acquisti per garantire lo "stock" casalingo che ha mutato rapidamente e profondamente la composizione della spesa alimentare, con l'affermarsi della tendenza ad approvvigionarsi di prodotti conservabili (pasta, riso, conserve di pomodoro ecc.).

In tale contesto, i surgelati hanno registrato un forte aumento della domanda, superiore a quello degli alimenti freschi.

Secondo Ismea, nel primo trimestre 2020 la spesa complessiva delle famiglie italiane per i prodotti alimentari è aumentata del +7% su base annua, "la variazione più forte degli ultimi dieci anni". A marzo, poi, "le vendite per i prodotti confezionati hanno registrato incrementi del 20% e quelle per i freschi sfusi del 9%".

Nel primo quadrimestre 2020 le vendite del totale surgelati Retail hanno toccato un +13,5%, con performance diverse a seconda dei segmenti:

- Ittico: +16,5%
- Snack salati: +21,5%
- Patate: +12%
- Pizze: +12,5%
- Ricettati: +5,5%

Realizzare questi forti incrementi ha richiesto alle Aziende di surgelati uno straordinario sforzo organizzativo, volto a rispondere pienamente all'aumento della domanda

salvaguardando, altrettanto pienamente, la sicurezza dei propri addetti.

Uno sforzo che il presidente della Sezione Surgelati di Unione Italiana Food, Giancarlo Foschi, ha così descritto in un'intervista rilasciata a fine marzo al Sole 24 Ore: "Le aziende hanno lavorato 24 ore al giorno su 3 turni. È il modo migliore che abbiamo trovato per rispondere all'aumento di richiesta da parte dei consumatori, anche di fronte alla diminuzione della produttività dovuta al rispetto delle distanze di sicurezza tra gli addetti alle linee". Questo sforzo non sarebbe stato possibile senza la collaborazione di tutte le persone impegnate nel comparto che, secondo Foschi, "con grande senso di responsabilità hanno continuato a garantire la presenza nelle aziende. Per questo li ringraziamo: dopo gli operatori sanitari, sono stati la categoria più coinvolta".

Che cosa accadrà ai consumi domestici nella seconda parte dell'anno? La previsione più ragionevole è che "si vada verso una stabilizzazione dei consumi: chi acquista ormai sa che troverà sempre i prodotti sugli scaffali". Ma l'esperienza di questi mesi ha ampiamente dimostrato come certe aspettative possano essere smentite, in modo tanto inatteso quanto repentino.

La stessa esperienza ha comunque confermato come il settore dei surgelati continui ad essere al fianco degli Italiani, pronto a soddisfarne le domande, anche emergenziali, con un'offerta soddisfacente dal punto

di vista quantitativo e caratterizzata dai consueti, elevatissimi livelli di qualità e sicurezza.

MA SI BLOCCANO LE VENDITE DEL CANALE HO.RE.CA.

Nel 2019 il Fuoricasa, con uno stimato di 318.500 tonnellate, ha superato il 37% del totale dei consumi di surgelati nel nostro Paese. Quest'anno, dopo un andamento regolare fino a metà febbraio, il canale Ho.Re.Ca. ha cominciato a ridurre velocemente le vendite fino a fermarsi del tutto con l'inizio del lockdown. La FIPE, Federazione Italiana dei Pubblici Esercizi, ha calcolato che questi registreranno, a fine anno, perdite per 34 miliardi di euro, il 40% del fatturato del 2019, con 50 mila imprese che rischiano di chiudere e 350 mila posti di lavoro in pericolo.

I danni derivanti al settore dei surgelati dalla chiusura di bar, ristoranti, tavole calde, mense scolastiche e aziendali, sono stati stimati nel primo quadrimestre pari a 150 milioni di euro.
A questi potrebbe aggiungersi, da maggio a dicembre, una perdita di ulteriori 450-500 milioni di euro, derivante non solo dalla chiusura di numerosi pubblici esercizi, ma dal ridotto regime di vendite che si verificherà dopo la riapertura a causa, da una parte, del venir meno di una forte componente turistica straniera e, dall'altra, della necessità di adottare rigorose misure di sicurezza sanitaria.
Una perdita complessiva sull'anno per il settore dei surgelati pari a 600-650 milioni di euro corrisponde a circa un quarto del fatturato del Fuoricasa. Un risultato molto preoccupante, specie per le Aziende italiane che hanno nell'Ho.Re.Ca. un importante, e a volte l'unico, canale di vendita.

Di fronte a questi numeri, Unione Italiana Food ha appoggiato la FIPE nella richiesta al Governo di una riapertura il più possibile rapida e in piena sicurezza dei pubblici esercizi (infine avvenuta nella seconda metà di maggio), con modalità certe, ragionevoli e uniformi nell'intero territorio nazionale: distanze minime, materiali per la cessione delle bevande e degli alimenti, percorsi e luoghi da organizzare all'interno dei locali.

Il settore dei surgelati, grazie all'eccellente rapporto qualità-prezzo insito nella propria offerta, può e vuole rappresentare uno strumento fondamentale per una "ripartenza" dei consumi alimentari fuori casa. Uno strumento capace di mettere insieme le esigenze di un settore duramente provato economicamente - per il quale la velocità e le nuove modalità di somministrazione dei pasti diventano una variabile fondamentale - e gli interessi del consumatore finale.

Le caratteristiche intrinseche del prodotto surgelato possono infatti agevolare i pubblici esercizi a gestire al meglio l'inevitabile incertezza collegata alla riapertura e ad adattare i propri comportamenti alle nuove esigenze: velocità della preparazione, necessità di poter contare su stock di materie prime adeguati, pur a fronte di una domanda difficile da quantificare, contenimento degli sprechi alimentari, e così via.

BOOM PER IL PORTA A PORTA E PER L'ONLINE

Già nel 2019, come abbiamo visto, il segmento Door to Door dei surgelati aveva registrato performance lusinghiere. Con lo scoppio dell'emergenza Coronavirus i volumi di questo canale hanno segnato un boom, con incrementi nel solo mese di marzo fino a oltre il 40%. Grazie alla presenza capillare sul territorio e ad un efficiente sistema logistico, il porta a porta ha risposto a tutte le famiglie, già clienti e non, che chiedevano di

ricevere comodamente i prodotti a casa, senza sottoporsi a lunghe attese davanti ai punti vendita.

Nello stesso contesto va segnalata l'impennata delle vendite online, una modalità di acquisto relativamente nuova per il nostro settore. Il fenomeno si inserisce nel boom del commercio online dei prodotti di largo consumo confezionato, che registra tassi di aumento superiori al 150% anche nelle prime settimane dopo le riaperture di inizio maggio.

EXPORT

LA NUOVA FRONTIERA DEI SURGELATI ITALIANI

Nel 2019 l'export agroalimentare italiano ha toccato 35,4 miliardi di euro, con un +5,2% sul 2018. Il maggiore mercato di riferimento rimane l'Unione Europea (Germania in testa), con circa due terzi del totale, seguito da Nord America e Asia. Da sottolineare, in particolare, la performance degli Stati Uniti, +11,1% rispetto al 2018. Gli USA rappresentano oggi il secondo sbocco assoluto del nostro "food and beverage", dopo la Germania, mentre l'Italia è il quarto esportatore assoluto di prodotti alimentari negli USA, dopo Canada, Messico e Francia, e molto prima di concorrenti come Cina e Brasile.

Il comparto dei surgelati partecipa a questa performance, di grande interesse strategico, in primis con i prodotti tipici trasformati come pizze e ricettati, ma molto apprezzate sono anche altre merceologie, come le primizie vegetali del sud Italia. L'export italiano delle pizze surgelate ha oltrepassato nel 2019 le 150 mila tonnellate, con un incremento di oltre il 10% rispetto al 2018 e un valore stimabile in 500 milioni di euro. Ancora migliori appaiono, a partire da quest'anno, le prospettive sul mercato USA, a seguito di un importante accordo concretizzatosi lo scorso marzo per iniziativa di Unione Italiana Food, a coronamento di un impegno cominciato nel 2012 che ha visto il coinvolgimento del Ministero della Salute, del Ministero dello Sviluppo Economico e dell'Ambasciata italiana a Washington.
L'operazione interessa in prima battuta quattro Aziende di pizze surgelate aderenti a Unione Italiana Food, ma la sua portata è ben più vasta, in quanto apre una strada che potrà essere seguita da altre Aziende del settore surgelati che volessero esportare negli USA prodotti surgelati con carne suina, in qualità di ingrediente, da stabilimenti situati nelle regioni settentrionali del nostro Paese.

IL CONTESTO NORMATIVO NEGLI USA

Negli USA i prodotti vegetali contenenti ingredienti carnei in percentuali superiori al 2-3% ricadono sotto la giurisdizione del Dipartimento dell'Agricoltura (USDA), in particolare delle Agenzie Food Safety Inspection Service (FSIS) e Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS). Ciò a differenza dei prodotti vegetali (come le pizze senza carne), che ricadono sotto l'esclusiva giurisdizione della Food and Drug Administration (FDA). Per esportare prodotti vegetali con ingredienti carnei dall'Italia verso gli USA è necessaria, quindi, l'iscrizione degli impianti italiani all'elenco USDA/FSIS degli stabilimenti autorizzati ad esportare, non risultando sufficiente la sola registrazione FDA.

UN ACCORDO CON IMPORTANTI RICADUTE POSITIVE

In questo complesso scenario, quattro Aziende hanno intrapreso con Unione Italiana Food, e con il contributo del Ministero della Salute e di alcuni Servizi sanitari regionali, un percorso per acquisire i requisiti (comprese specifiche attività di formazione) necessari all'iscrizione. Nel marzo 2019, il Ministero della Salute italiano ha avanzato tramite la nostra Ambasciata richiesta formale in tal senso e un anno dopo, il 3 marzo 2020, dopo numerosi solleciti, l'Amministrazione USA ha confermato l'autorizzazione.

Ciò avrà significative ricadute economiche per il settore e per il nostro Paese, dal momento che il mercato USA delle pizze surgelate è costituito in massima parte da prodotti che contengono ingredienti carnei. A cominciare da quella più popolare, la "Pepperoni Pizza", a base di salame piccante.

SURGELATI
E DIETA MEDITERRANEA

SURGELATI E DIETA MEDITERRANEA UN BINOMIO INSCINDIBILE

Nell'ultima edizione delle Linee Guida per una Sana Alimentazione Italiana, pubblicate a fine 2019 dal Crea sotto l'egida del Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali, si legge: "La Dieta Mediterranea è un modello alimentare vario, equilibrato e gradevole al palato... che fa parte di uno stile di vita sano, in grado di mantenere l'organismo in salute, proteggendolo da gran parte delle patologie tipiche del nostro tempo e garantendo una maggiore aspettativa di vita senza rinunciare al gusto della tavola".
È un modello "che va oltre la somma di alimenti e le percentuali di nutrienti. Riflette uno stile di vita improntato sulla frugalità alimentare con la preponderanza di prodotti vegetali, su un apporto energetico mai eccessivo rispetto al fabbisogno... Il modello alimentare mediterraneo assicura, inoltre, la conservazione della cultura del cibo, della biodiversità e della conoscenza degli alimenti locali".

DIETA MEDITERRANEA PATRIMONIO IMMATERIALE DELL'UMANITÀ

La Dieta Mediterranea è stata riconosciuta dieci anni fa dall'Unesco come "un patrimonio culturale immateriale millenario, vivo e in continua evoluzione". Un patrimonio sempre più apprezzato: il sito statunitense US News & World Report l'ha confermata, per tre anni consecutivi, la migliore dieta al mondo. Una vasta letteratura scientifica (oltre 4 mila studi) dimostra come essa rappresenti la risposta migliore non solo per garantire la nostra salute, ma per contribuire a difendere quella del nostro pianeta attraverso stili di consumo sostenibili.

Mentre la Dieta Mediterranea continua a fare proseliti a livello internazionale, segnali di allontanamento arrivano invece dall'Italia, dove questo stile di vita fu per la prima volta studiato e "battezzato" da Ancel e Margaret Keys nella seconda metà del secolo scorso: secondo l'European Journal of Public Health, solo 4 italiani su 10 seguono la Dieta Mediterranea.
Una popolazione sempre più sedentaria sta aumentando l'assunzione di calorie e di alimenti zootecnici a scapito del consumo di frutta, verdura e legumi: stando a una recente ricerca di GfK-Eurisko, solo 2 Italiani su 10 consumano il giusto quantitativo di frutta e solo 3 su 10 quello corretto di verdura.
Come invertire questo trend? E come possono contribuire in ciò gli alimenti surgelati? Risponde Giorgio Donegani, tecnologo alimentare, instancabile divulgatore scientifico e autore - fra l'altro - del libro "Free from Fake", edito da Biomedia, in cui evidenzia come, malgrado la scienza della nutrizione abbia ben

chiarito in che modo alimentarsi correttamente, mai come oggi proliferi sul tema una comunicazione gridata, contraddittoria, approssimativa, spesso scorretta: "I surgelati - afferma - sono da considerare un alleato prezioso per seguire un'alimentazione corretta e ispirata ai valori più profondi di una dieta mediterranea che non è più quella teorizzata, quasi un secolo fa, da Ancel Keys, ma uno stile di vita al passo con i tempi, in grado di assicurare il benessere dell'uomo e del nostro pianeta".

INTERVISTA A **GIORGIO DONEGANI**

Tecnologo alimentare, esperto in nutrizione ed educazione alimentare

QUALI SONO I VALORI FONDANTI DELLA DIETA MEDITERRANEA?

Il primo valore è la varietà. La Dieta Mediterranea è estremamente varia, si basa sulla valorizzazione di prodotti semplici, offerti direttamente dalla natura: verdure in primis, ma anche frutta, cereali e derivati, pesce. L'evoluzione nei ritmi e nell'organizzazione sociale ha portato alla progressiva riduzione dei tempi da dedicare alla preparazione e al consumo dei cibi, e questo mette in pericolo la varietà e la semplicità della nostra alimentazione. Alimenti essenziali per un corretto regime alimentare, quali le verdure e il pesce, richiedono tempo per essere preparati e cucinati, un tempo che è sempre meno disponibile. Il risultato è che mangiamo ancora troppo poco pesce (meno di 30 chili a testa all'anno) e verdure di quanto consigliato dalle Linee Guida per una Sana Alimentazione Italiana. I surgelati possono e devono giocare un ruolo determinante nell'aumentare i consumo di questi e di altri alimenti.

DA COSA DERIVA LA CAPACITÀ DEI SURGELATI DI VALORIZZARE GLI ALIMENTI TIPICI DELLA DIETA MEDITERRANEA?

Un aspetto decisivo sta nell'evoluzione tecnica continua del settore, alla quale corrisponde un notevole miglioramento qualitativo. Il diffondersi e consolidarsi di tecniche di surgelazione come l'IQF (si veda il box a pag. 36), la cui sigla compare oggi nella gran parte delle confezioni, ha dato una marcia in più ai surgelati dal punto di vista del gusto e del contenuto nutrizionale.

Altro aspetto determinante sono i tempi velocissimi di surgelazione: oggi passano pochi minuti dal momento della raccolta della materia prima a quello della lavorazione, per cui il surgelato conserva pressoché inalterate le caratteristiche nutrizionali e di gusto del prodotto "fresco": numerosi studi dimostrano come i surgelati siano capaci di mantenere molto bene anche i principi nutritivi più soggetti a ridursi significativamente con il passare del tempo, come la vitamina C o l'acido folico.

PERCHÉ I SURGELATI SONO I MIGLIORI ALLEATI NELLA LOTTA AGLI SPRECHI?

Non sprecare cibo vuol dire, prima di tutto, evitare di buttarlo nella pattumiera perché non consumato nei tempi e nei modi giusti. I surgelati, grazie alle moderne tecniche di lavorazione, permettono di prelevare e consumare ogni volta la quantità necessaria e di riporre in freezer il resto per destinarlo a una successiva occasione. Esiste poi un concetto di spreco più ampio e importante: è lo spreco delle sostanze nutritive, che viene da un consumo dell'alimento fresco effettuato dopo giorni, se non settimane, dal momento della raccolta e dell'acquisto. Il surgelato invece, come abbiamo visto, "cristallizza" e mantiene inalterate le qualità nutrizionali del fresco fino al momento del consumo, grazie a una rigorosa catena del freddo che va dalla produzione al trasporto fino alla distribuzione finale. È la ragione per cui nei Paesi anglosassoni viene definito "Long Fresh".

QUALI ALTRE CARATTERISTICHE FANNO DEI SURGELATI UN ALLEATO DELLA DIETA MEDITERRANEA?

I surgelati consentono di risparmiare tempo sulle operazioni di mondatura e preparazione, che sono lunghe e difficili, mettendo a disposizione dei semilavorati, estremamente naturali, di elevatissima qualità. In questo modo si riducono i tempi delle operazioni in cucina senza rinunciare al piacere che da questa deriva: il pesce surgelato, che abbiamo visto essere un'alternativa eccellente al fresco, può essere trattato allo stesso modo per sbizzarrirsi nelle preparazioni. Lo stesso vale per le verdure surgelate, che possono rappresentare la base su cui esprimere con facilità la propria creatività gastronomica. Ma anche chi non ami particolarmente cucinare trova nei surgelati una vasta gamma di piatti pronti che sono il meglio per qualità e varietà nel mercato del pronto da cuocere.

MASSIMA VARIETÀ E VERSATILITÀ, DISPONIBILITÀ IN OGNI PERIODO DELL'ANNO, GIUSTE QUANTITÀ: PERCHÉ, PUR AVENDO QUESTE CARATTERISTICHE, I SURGELATI NON VENGONO DA MOLTI ANCORA CONSIDERATI COME MERITEREBBERO?

È un problema di cultura alimentare. Il progressivo allontanamento fra la produzione e il consumo di alimenti ha finito con il mutare profondamente il nostro rapporto con il cibo. Da un rapporto fatto di fiducia maturata in millenni di sperimentazioni consapevoli che ci hanno condotto a selezionare abitudini sane, in troppi sono passati a una diffidenza che porta a cercare un alimento non per quello che di naturale ha da offrirci - e che i surgelati valorizzano al meglio - ma per quello che non ha (i cosiddetti "cibi senza"), o per il fatto di bastare da solo a garantirci ciò di cui abbiamo bisogno (i cosiddetti "superfood"). Convinzioni tanto sbagliate dal punto di vista scientifico quanto dannose per la nostra salute.

L'ASTERISCO SUI MENU DEI RISTORANTI È UN ESEMPIO DI SCARSA CULTURA ALIMENTARE?

Sì. A fronte di tutti i miglioramenti e delle enormi possibilità oggi aperte dal mondo dei surgelati, l'Italia è ancora il Paese che obbliga i ristoratori a indicare con l'asterisco la loro presenza nei menu,

quasi si trattasse di una diminutio e non invece, come in effetti è, di una garanzia di eccellenza. Oltretutto, alcune specialità gastronomiche di altissima qualità si posso preparare in ogni periodo dell'anno soltanto ricorrendo ad alimenti surgelati, perché questi sono prodotti nel momento più favorevole per la raccolta/acquisto delle materie prime. I surgelati sono l'alternativa più vantaggiosa a quanto è di stagione perché, a loro modo, sono anch'essi di stagione.

OGGI SI PARLA DI "NUOVA DIETA MEDITERRANEA". QUALE PUÒ ESSERE IL RUOLO DEGLI ALIMENTI SURGELATI NEL PROMUOVERLA?

Non esiste una tradizione in grado di mantenere il proprio valore se non è capace di adeguarsi ai tempi. Oggi l'industria dei surgelati mette a disposizione alimenti eccellenti per qualità e sicurezza, alleati della salute e del benessere, prodotti in modo sempre più sostenibile, innovativi, accessibili e ad elevato valore di servizio. L'innovazione tocca anche i processi produttivi e gli ingredienti: ricette bilanciate e in linea con le indicazioni nutrizionali; materie prime più "etiche", da filiera corta e sostenibile. L'ideale, insomma, per lo stile di vita mediterraneo.

Credo che la prossima sfida sia legata alla modifica in atto della nostra giornata alimentare, meno incentrata sui canonici tre pasti quotidiani e più diluita in vari momenti di consumo, che però non sempre vengono soddisfatti da un'offerta corretta dal punto di vista nutrizionale. I surgelati, per le qualità intrinseche che li caratterizzano, possono offrire proposte nuove, perfettamente funzionali a un diverso modo di consumare e pienamente in linea con i valori, da rilanciare nel nostro Paese, della Dieta Mediterranea.

CHE COS'È L'**IQF**

IQF è l'acronimo di *Individually Quick Frozen* (in italiano, "surgelato individualmente"), una tecnica di raffreddamento dei singoli ingredienti di un alimento, che vengono fatti passare a uno a uno su una sorta di nastro trasportatore e sottoposti a flussi d'aria con temperatura di -40° C che li portano velocemente allo stato surgelato separati l'uno dall'altro.

Il risultato lo vediamo quando, ad esempio, apriamo una confezione di piselli IQF e ci troviamo davanti non ad un unico blocco surgelato, ma a tanti piselli surgelati "sciolti" dentro la confezione. In questo modo possiamo non cuocere il blocco tutto in una volta, ma prelevare e preparare solo la quantità di cui abbiamo bisogno. Inoltre, nel processo di cottura il calore penetra nell'alimento in maniera omogenea, con risultati eccellenti in termini di gusto e consistenza del piatto che portiamo in tavola.

Nel mondo gli esempi di alimenti IQF sono numerosissimi, a volte perfino inaspettati: frutti come mirtilli e fragole; verdure (oltre ai piselli) come spinaci, mais e fagiolini; prodotti ittici come merluzzi, naselli e gamberi; carni bianche, come i singoli petti di pollo ma anche animali interi, come i tacchini.

Nel nostro Paese, regno della Dieta Mediterranea, la tecnologia IQF non poteva non essere applicata al prodotto tipico della nostra tradizione gastronomica: la pasta. Così, a partire dagli anni Novanta, è comparsa sugli scaffali la pasta pre-cucinata surgelata e con barrette del condimento aggiunte. Basta mettere tutto in padella, cuocere per pochi minuti e il piatto assume i sapori, i colori e la consistenza della pasta fresca della tradizione.

Con il tempo sono aumentate le referenze, e alle paste si sono aggiunti altri primi piatti (cereali, risotti, zuppe e vellutate di vegetali), poi secondi e contorni. E per ogni tipologia continua la ricerca di innovazione da parte dell'industria, in sintonia con le richieste di un consumatore sempre più esigente e informato.

SURGELATI.
COSA C'È DA SAPERE

90 ANNI DI SUCCESSI DALL'AMERICA A TUTTO IL MONDO

Il 2020 celebra, fra i suoi tanti anniversari, anche i 90 anni della nascita della moderna industria dei surgelati. Ripercorriamone brevemente la storia.

CONSERVAZIONE PER CONGELAMENTO, UNA PRATICA MILLENARIA

Conservare i cibi mediante il congelamento è una pratica conosciuta dall'antichità, ad esempio dagli indiani pellerossa del Nord America e dagli eschimesi, che se ne servivano per conservare il pesce. Per quei popoli era facile ricorrere a tale tecnica: gli strati più profondi degli enormi ghiacciai nordici e polari non si scioglievano nemmeno nei periodi estivi, comunque brevissimi. Bastava seppellire in quel ghiaccio gli animali abbattuti o pescati, interi o in pezzi, per mantenerli intatti praticamente all'infinito.

La tecnica di conservazione sotto il ghiaccio era invece pressoché impossibile per le popolazioni delle latitudini più meridionali e più calde, a eccezione di quelle che abitavano nelle regioni montuose più elevate. Con lo sviluppo delle scienze e delle tecnologie moderne, si giunse alla prima realizzazione industriale. Nel 1842 fu depositato in Inghilterra un brevetto per la rapida congelazione del pesce mediante immersione in una salamoia mantenuta a bassa temperatura. Intorno al 1880 ebbe inizio la conservazione industriale degli alimenti, grazie all'avvento delle prime macchine frigorifere. I risultati però, in termini di gusto e consistenza dei cibi una volta scongelati, si rivelarono alquanto deludenti.

LA "SCOPERTA" DI CLARENCE BIRDSEYE

Nel 1928 Clarence Frank Birdseye presentò il primo sistema industriale di congelamento a contatto, che permetteva di ridurre sensibilmente i tempi di raffreddamento rispetto ai metodi precedenti. Naturalista nativo di New York, Birdseye aveva osservato le pratiche di pesca e conservazione del cibo degli Inuit, una popolazione di eschimesi di stanza nel Canada del Nord, che erano soliti mettere il pescato sotto ghiaccio a circa -40° C. La combinazione di freddo e vento congelava istantaneamente o quasi il pesce, e la vera novità, per Birdseye, erano il sapore e la consistenza che questo aveva una volta scongelato: del tutto simili a quelli di un cibo fresco e ben diversi da quanto si assaggiava allora a New York.

Per Birdseye la prova con il grande pubblico arrivò il 6 marzo 1930, quando in alcuni negozi di Springfield, Massachusetts, vennero offerti ai consumatori filetti di merluzzo e altri 17 tagli di carne e pesce, oltre a frutta e verdure come spinaci, piselli ("Meravigliosamente verdi come li vedrete la prossima estate", recitava la pubblicità), frutti di bosco e lamponi.

L'accoglienza fu entusiastica. Cominciò una storia di grande successo che, nel giro di pochissimi anni, portò all'introduzione di scaffali refrigerati nei supermercati USA e, con il tempo, dei camion refrigerati, così da

assicurare il trasporto dei prodotti sottozero anche su lunghe distanze.

IN POCHI DECENNI UN SUCCESSO PLANETARIO

Agli inizi degli anni Cinquanta la maggior parte dei negozi di alimentari statunitensi aveva un reparto surgelati. Birdseye era diventato un importante imprenditore: la sua azienda di surgelati, la Birds Eye, esiste ancora oggi.

In Europa, l'industria degli alimenti surgelati ha conosciuto un sostanziale sviluppo solo dopo la seconda guerra mondiale, quando questi sono entrati nelle case con una vasta gamma di prodotti: carni, pesci, ortaggi, succhi di frutta, ecc.

NEGLI ANNI SESSANTA LO SBARCO IN ITALIA

In Italia la cultura del cibo surgelato è arrivata nei primi anni Sessanta, portando anche nel nostro Paese una grande innovazione nel settore e integrandosi via via con le nostre migliori tradizioni gastronomiche e alimentari (Dieta Mediterranea in primis).

La comodità e velocità di preparazione degli alimenti surgelati, la loro facilità di conservazione, le crescenti qualità in termini di gusto, contenuto nutrizionale, sicurezza e igienicità, l'economicità, li rendono pienamente rispondenti ai mutamenti sociali, economici, culturali - compresi i più recenti di cui abbiamo riferito nelle pagine precedenti - che hanno caratterizzato gli ultimi sessant'anni di storia italiana.

10 "REGOLE D'ORO" PER L'ACQUISTO E IL CONSUMO DEI SURGELATI

Un decalogo di utili consigli al consumatore per far sì che i prodotti surgelati acquistati arrivino in perfetto stato dai banchi frigoriferi dei punti vendita alla sua tavola.

1. Scegliere i punti vendita più frequentati e con un'alta rotazione di prodotti.
2. Acquistare i surgelati alla fine della spesa.
3. Accertarsi che i banchi vendita siano puliti, ordinati e privi di brina visibile.
4. Verificare che l'indicatore di temperatura all'interno del banco frigo sia sempre pari o inferiore a -18° C.
5. Evitare l'acquisto di prodotti visibilmente malridotti, in confezioni aperte o con superficie brinata oppure umida, perché potrebbero aver subito importanti sbalzi di temperatura.
6. Accertarsi al tatto che i prodotti, all'interno, non siano fortemente ammassati.
7. Utilizzare le borse termiche per il trasporto a casa dei prodotti surgelati. Se non se ne dispone, mettere i prodotti surgelati in una busta separata dal resto della spesa.
8. Depositare i prodotti nel freezer domestico entro 30 minuti dall'acquisto.
9. Una volta riposti i prodotti nel freezer, attendere almeno qualche ora prima di utilizzarli.
10. Se, dopo l'arrivo a casa, un prodotto risultasse in parte scongelato, non riporlo in freezer ma metterlo in frigorifero e consumarlo nel giro di un giorno.

NEL FREEZER ATTENTI ALLE "STELLE"

Occorre prestare massima attenzione al numero di stelle che si trovano sulla porta del freezer o al suo interno, un indicatore fondamentale della qualità della conservazione domestica. Su ogni confezione sono riportati i tempi di entro i quali poter tenere il surgelato in freezer prima di consumarlo mantenendo intatte le sue qualità organolettiche ("da consumarsi preferibilmente entro il..."). E i tempi si allungano quanto è maggiore il numero di stelle presenti nel freezer.

COME SCONGELARE CORRETTAMENTE I SURGELATI

Sulle confezioni dei surgelati sono chiaramente indicate le modalità di consumo e di preparazione del prodotto e sono riportati consigli utili su come cucinarlo per avere un pasto gustoso, nutriente ed equilibrato.

I surgelati si possono cucinare direttamente in pentola o in padella, senza attendere che si scongelino: è la modalità da preferire, in quanto preserva al meglio le caratteristiche organolettiche del prodotto. Tale indicazione vale per i surgelati di non grandi dimensioni: minestroni, verdure, contorni, hamburger e piatti pronti in generale.

Per i surgelati di dimensioni maggiori, o nel caso in cui questi debbano utilizzati quali componenti di una ricetta elaborata, una modalità idonea consiste nel lasciarli scongelare in frigorifero per alcune ore (fino a

12, a seconda della tipologia di prodotto) prima della preparazione.

Se ci si dimentica di scongelare il surgelato per tempo, esiste una soluzione d'emergenza che consente di limitare (senza però impedire del tutto) la dispersione di sostanze nutritive: porre il surgelato in un sacchetto di plastica ben stretto e chiuso ed immergerlo in acqua corrente fredda per il tempo necessario.

WWW.ISTITUTOSURGELATI.IT
WWW.UNIONEITALIANAFOOD.IT/PRODOTTI-SURGELATI