Surgelati: nel 2018 consumi trainati dal fuoricasa

2-finger-b8eee583

Il 2018 è stato un anno complesso per l'economia italiana e l'andamento del comparto alimentare in generale ha registrato un calo nelle vendite del -0,8% a valore e del -1,3% a volume .In questo quadro difficile, però, i consumi di prodotti surgelati hanno confermato la maturità del settore, chiudendo l'anno con una sostanziale stabilità (-0,3%), in linea con i volumi del biennio 2016-2017, quando invece fu registrato un forte boom di vendite. Nel 2018 sono state acquistate 838.580 tonnellate di prodotti "sottozero" (vs. le 841.500 del 2017), con i vegetali (398.310 tonnellate), l'ittico (112.700 tonnellate), le patate (145.760 tonnellate) e le pizze (91.450 tonnellate) che restano tra i prodotti più amati dal consumatore.Il dato più interessante tra i consumi di frozen food riguarda il canale catering,che in valori assoluti ha superato le 315.000 tonnellate, registrando nel 2018 un+1,6% rispetto all'anno precedente; il consumo "in casa",invece, ha raggiunto quota 523.580 tonnellate (-1,5% sul 2017). È questa la fotografia scattata da IIAS - Istituto Italiano Alimenti Surgelati, che ha presentato oggi a Milano il "Rapporto annuale sui Consumi dei prodotti surgelati", per fare il punto sull'andamento del settore in Italia nel 2018 e fornire anche alcune anticipazioni sui dati di consumo del primo quadrimestre 2019.

"In linea con quanto accaduto nel comparto alimentare in generale, anche in quello dei surgelati - afferma **Vittorio Gagliardi**, Presidente IIAS - *la lieve flessione emersa nel 2018 ha riguardato solo i consumi domestici, mentre il'fuori casa' ha registrato una importante crescita, che ha bilanciato l'andamento del mercato, mantenendo invariato il risultato finale in termini di consumi complessivi sul 2017 (anno da considerarsi 'eccezionale' per i frozen food). I surgelati hanno confermato di essere parte integrante delle abitudini alimentari quotidiane degli Italiani, non solo domestiche ma anche fuori casa, a conferma di come i prodotti sotto zero siano ormai sempre più un elemento imprescindibile anche nelle cucine dei nostri ristoranti. Di fatto- continua Gagliardi-le principali prerogative del prodotto surgelato (ovvero, l'elevata qualità e la naturalità delle materie prime, la disponibilità in ogni periodo dell'anno, gli alti contenuti nutrizionali, l'assoluta igienicità e sicurezza alimentare) hanno ormai*

conquistato anche gli chef e i ristoratori di tutta Italia, ricoprendo un posto importante nella cucina di alta qualità".

Se il 2018 ha, dunque, registrato risultati tendenzialmente "flat",i primi mesi del 2019 mostrano interessanti segnali di sviluppo, che inducono a una previsione ottimistica su una possibile inversione di tendenza dei consumi alimentari nell'anno in corso: *"E' ancora prematuro*– commenta Gagliardi – *fare dei consuntivi, dal momento che il 2019 si è aperto in un clima di grande incertezza per tutta l'economia italiana, ma stando agli ultimi dati Istat, sembrerebbe che l'indice di fiducia dei cittadini e delle imprese ad aprile sia tornato a crescere, per cui è d'obbligo concedersi una ventata d'ottimismo. In effetti, se consideriamo i dati di consumo disponibili dei primi quattro mesi del 2019 nel comparto surgelati, notiamo un andamento positivo che fa bene sperare: i vegetali recuperano con un +0,4% sul 2018 (registrando un'interessante crescita di passati/zuppe/minestroni pronti al consumo);prosegue il rilancio delle carni, in particolare bianche; le patate fermano la loro inspiegabile decrescita; l'ittico mantiene le posizioni conquistate; il mercato delle pizze così come quello dei ricettati rimangono stabili, ma strettamente connessi alla mutevole situazione economica italiana".*



SURGELATI: 13,8 KG/ANNO DI CONSUMO PRO-CAPITE, PER UN VALORE DI MERCATO TRA 4,3 E 4,6 MILIARDI DI EURO

Sebbene lo scorso anno non si siano registrate le medesime condizioni favorevoli che hanno portato nel 2017 a un record dei consumi di frozen food, tuttavia-come dimostra la serie storica dei consumi negli ultimi decenni -il risultato messo a segno dai surgelati nel 2018 rimane superiore a quello di tutti gli anni antecedenti il 2017, raggiungendo un valore di mercato stimato tra i 4,3 e i 4,6 miliardi di euro circa.Ovviamente i risultati registrati in Italia sono ancor ben lontani da quelli raggiunti oltre Manica: in Gran Bretagna, nel 2018 sono state acquistate 2.097.089 tonnellate di alimenti surgelati (il 2% in più rispetto al 2017), con un fatturato pari a quasi 7,2 miliardi di euro. Del resto, il consumo pro-capite annuo di frozen food in UK, nel solo canale retail, è pari a 31,5 kg: quasi 4 voltegli 8,6 Kg del retail in Italia– a cui si aggiungono i 5,2 kg del catering, per un totale di 13,8 kg di consumo pro-capite complessivo nel nostro Paese.

Il settore dei surgelati continua a presentare in Italia interessanti margini di crescita: nel 2018, sono oltre 25 milioni le nostre famiglie che hanno consumato frozen food (circa il 95, 5% del totale). Questa tendenza in positivo è confermata anche dall'analisi di un particolare segmento del comparto: il "porta a porta". L'andamento di questo settore riflette con estrema chiarezza il nuovo e ormai consolidato stile di vita del consumatore, alla ricerca di: massimo servizio, contatto diretto con il venditore, ampia scelta di prodotti. Alla base del crescente successo del "porta a porta" c'è anche un rapporto di fiducia, di tipo consulenziale, che le aziende del settore hanno saputo instaurare con il cliente. Ecco perché anche il 2018 si è chiuso con una conferma dei risultati dell'anno precedente, sia a volume che a valore: risultati che erano stati più dinamici (+3,4%)di quelli, già eccellenti, ottenuti nel 2017 dall'intero comparto.

TREND CONSUMI SURGELATI 2018: VEGETALI, ITTICI, PATATE, PIZZE & SNACK IN CIMA ALLE PREFERENZE DEGLI ITALIANI

Il 2018 è stato per i consumi alimentari l'anno del "ready to eat" e della "home delivery", ma anche della sostenibilità. Tradizione, sperimentazione e risparmio sono stati i principali driver d'acquisto nelle scelte alimentari, influenzando l'andamento di ogni singolo segmento merceologico anche nel comparto surgelati.

Sono sempre i vegetali a confermarsi in testa ai consumi dell'intero comparto (47,5% del totale),raggiungendo nel 2018 quota 398.310 tonnellate. Sebbene, in valori assoluti, si segnali una flessione del -1% rispetto al 2017 (che ha toccato nel retail un -2,3%, compensato poi dal+0,7% del catering), va tuttavia evidenziato l'exploit di zuppe e passati ricettati(+2,4%), a conferma della capacità del settore di soddisfare pienamente le richieste del consumatore in termini di benessere, nutrizionalità e servizio, con un'offerta che risponde anche alle più recenti tendenze/mode alimentari in voga (vegetarianismo, veganismo, …).



Performance interessanti anche per i prodotti ittici: nel 2018, ne sono state consumate 112.700 tonnellate, con una diminuzione nel retail del -1,1%, ma con un aumento nel catering del +1,5%. L'ittico si conferma dunque il secondo segmento del comparto: i naturali, il

mollame e i crostacei rimangono stabili e vengono apprezzati per la qualità, la disponibilità, l'ampia scelta e l'alto contenuto di servizio, essendo pronti al consumo e senza sprechi.

Continuano a crescere nel 2018 i consumi di patate surgelate, che raggiungono quota 145.760 tonnellate, con un lieve incremento del +0,3% rispetto al 2017, ribadendo il gradimento degli Italiani per un prodotto gustoso e versatile nella preparazione (frittura o in forno). Da sottolineare nel canale retail, l'incremento delle patate "elaborate", con versioni innovative sempre più in linea con le esigenze dietetiche della popolazione.

Le pizze si confermano un prodotto molto gradito dal consumatore, con consumi pari a 91.450 tonnellate (quarto segmento del comparto con una quota del 10,9%). Rispetto al 2017, si è registrato un -1,1% nel retail (che totalizza l'84% dei consumi totali) e un +3,6% nel catering. Innovazione continua, qualità raggiunta e costante ampliamento dell'offerta sono i fattori vincenti di questo segmento. Senza glutine, vegetariana, con farine integrale o di Kamut, tonda, quadrata, piccola, grande, fina o spessa: le aziende offrono al consumatore una scelta di pizze che soddisfa ogni esigenza, unendo tradizione e fantasia in quello che rimane l'alimento più gradito degli Italiani.

Tengono nel 2018 anche i consumi dei piatti ricettati, che si attestano complessivamente a 45.480 tonnellate (5,4% del totale), un valore analogo a quello del 2017 (45.500). Un calo è stato registrato nel canale retail (-1,6%), cui ha risposto anche stavolta un incremento nel catering (+3,8%), permettendo - in valori assoluti – di avere consumi positivi rispetto agli anni precedenti.

Contro ogni attesa, il 2018 segna anche una ripresa del segmento delle carni, in particolare bianche. Complessivamente, i consumi di carni rosse e bianche hanno totalizzato 27.265 tonnellate (+3,5% rispetto al 2017). L'aumento-rilevante soprattutto per le carni bianche (+4,9%) - ha riguardato, per la prima volta dopo anni, anche le carni rosse (+0,5%) e ha interessato sia il retail sia il catering. Il "risveglio" del segmento delle carni surgelate riflette, ancora una volta, l'andamento del mercato alimentare in generale, che anche nel comparto delle carni fresche ha segnato un lieve recupero nella dieta giornaliera degli Italiani.