I surgelati conquistano gli chef: nel fuori casa volano a +1,6%

surgelati-56bbd9b1

I surgelati convincono ristoranti e chef. Nel 2018 il “fuori casa” ha consacrato i frozen food come ingredienti preziosi e imprescindibili per garantire ai clienti, tutto l’anno, un’offerta di piatti diversificata e creativa, indipendentemente dalla stagionalità delle materie prime. A rivelarlo sono i dati rilevati da IIAS – Istituto Italiano Alimenti Surgelati: nell’ultimo anno, i consumi nell’out of home sono cresciti del +1,6%.

“Grazie alle loro virtù - afferma Vittorio Gagliardi, presidente IIAS -, i prodotti surgelati sono sempre più richiesti e consumati, non solo in famiglia, ma anche nel catering e nella ristorazione in generale. Lo dicono le statistiche. Lo testimoniano i nostri comportamenti quotidiani. Lo confermano gli operatori di un settore, quello del ‘fuori casa’ (mense, bar, trattorie, ristoranti), in cui nel 2018 gli Italiani hanno speso ben 83 miliardi di euro in consumi alimentari. Nella piccola come nella grande ristorazione, i cibi ‘sottozero’ sono divenuti veri e propri protagonisti del piatto o validi aiutanti nella preparazione di pietanze più elaborate, grazie alla qualità totale dell’offerta e alla garanzia di un alto standard di servizio offerto al cliente. Il mondo della ristorazione professionale, oggi, si affida con convinzione al comparto dei prodotti surgelati come prima scelta e non più soltanto in sostituzione del fresco. E il loro utilizzo è destinato a crescere ancora”.

Fuori dalle mura domestiche, i consumi di surgelati hanno superato nel 2018 le 315.000 tonnellate, confermando l’ormai acclarato apprezzamento dei ristoratori italiani verso gli indiscutibili vantaggi del comparto frozen, divenuto assolutamente concorrenziale rispetto al fresco, perché in grado di garantire considerevoli risparmi di tempo e di costi fissi. Di fatto, tra il 2015 e il 2018 i consumi complessivi di surgelati in Italia sono aumentati del +1,7%, passando da 824.195 tonnellate a 838.580 tonnellate; nel ‘fuori casa’, i consumi di frozen food hanno avuto un tasso di crescita quasi doppio: +3%, con un incremento che ha portato da 305.600 a 315.000 tonnellate.

“Ed è per questo che numerose aziende del settore - continua Gagliardi - hanno rinnovato o addirittura lanciato nuove linee di prodotti dedicate esclusivamente al canale horeca, che comprendono i propri prodotti di maggior successo in formati ‘da ristorazione’ e con uno studio specifico effettuato per garantire rese ottimali e tempi rapidi di cottura per i professionisti del settore. Ma non è tutto: grazie a costanti attività di Ricerca & Sviluppo svolte negli stabilimenti produttivi, le aziende riescono ad offrire anche un importante supporto tecnico-professionale per la realizzazione di menù ad hoc e per la preparazione di ogni prodotto di ciascuna gamma, offrendo così un valido aiuto ai ristoratori”.