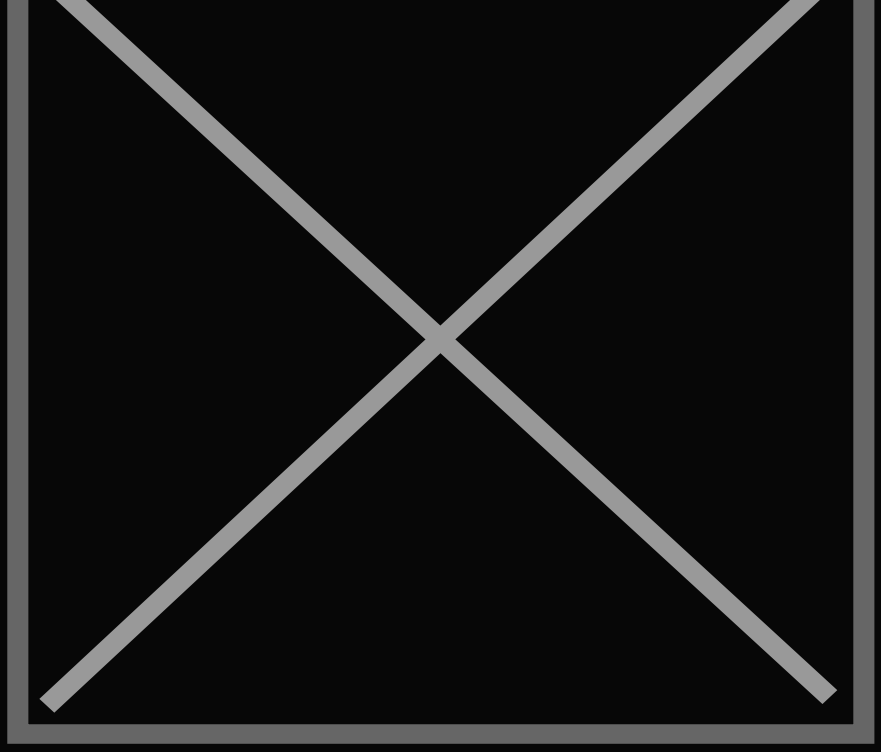
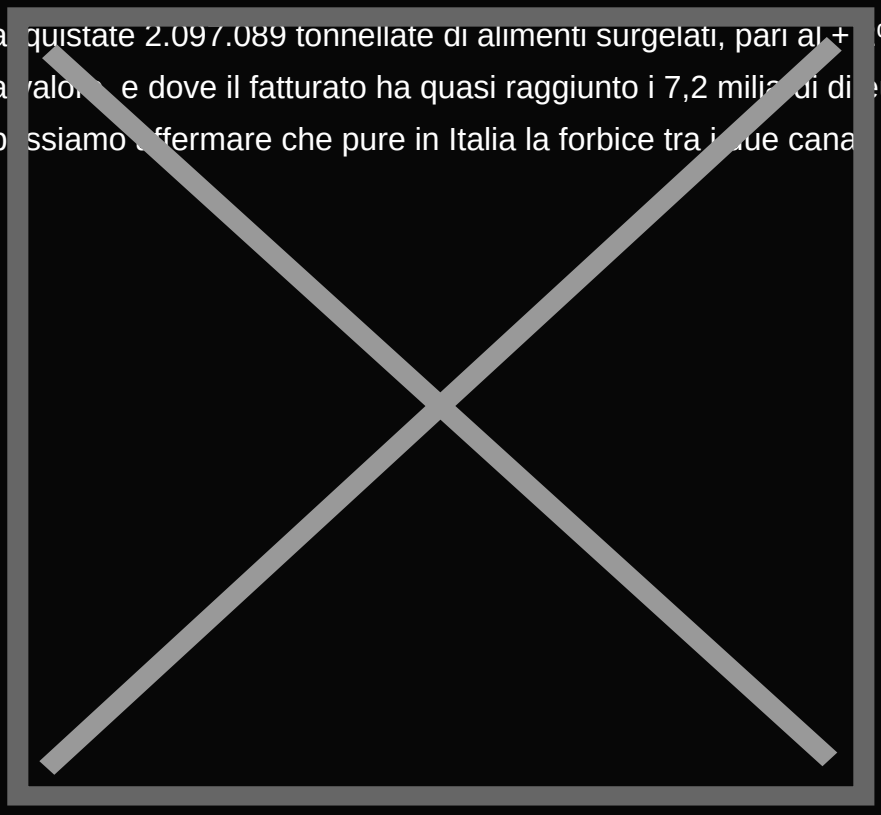
La rivincita dei surgelati nel fuoricasa

Stabili (anche se non brillanti) i prodotti surgelati nel 2018, che hanno chiuso l'anno pressoché in linea con i volumi del biennio 2016-2017, periodo in cui invece fu registrato un boom di vendite. A regalarci un'istantanea del mercato è **IIAS – Istituto Italiano Alimenti Surgelati**, nel suo ***"Rapporto annuale sui Consumi dei prodotti surgelati"***. Dallo studio emerge che 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 si confermano tra i prodotti più amati dal consumatore. **Se il consumo "in casa"**, si è attestato a quota **523.580 tonnellate (-1,5% sul 2017), sorprende invece (in positivo) il dato del catering: che ha superato le 315.000 tonnellate, crescendo dell'1,6% rispetto all'anno precedente e addirittura del 3% se si considera come parametro il triennio 2015-2018. Una performance che quasi raddoppia, dunque**, i consumi complessivi di surgelati in Italia aumentati "solo" del +1,7%.



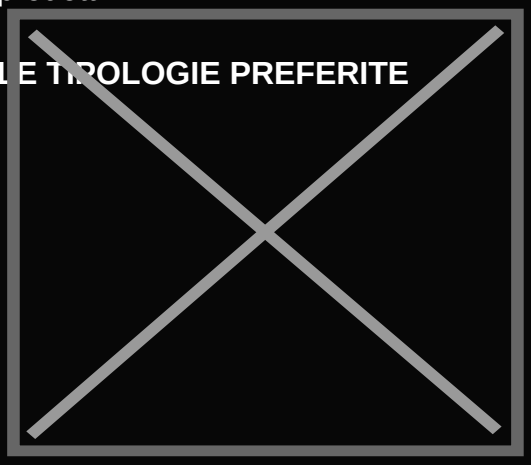
Se quattro anni fa il fuori casa rappresentava il 37,1% del totale surgelati, oggi è arrivato al 37,6%, mezzo punto percentuale in più. Siamo ancora lontani dalla Germania, dove la proporzione fra Retail e Catering è di 1 a 1 o dal Regno Unito dove nel 2018, stando alle statistiche del Kantar World Panel, nel solo canale retail sono state acquistate 2.097.089 tonnellate di alimenti surgelati, pari al +[illegible]% a volume rispetto al 2017 e al +4,1% a valore e dove il fatturato ha quasi raggiunto i 7,2 miliardi di euro. Ma, anche con queste premesse, possiamo affermare che pure in Italia la forbice tra i due canali si sta restringendo.



“Il mondo della ristorazione

professionale, oggi, – commenta a questo proposito **Vittorio Gagliardi, Presidente IIAS** – 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". "Ed è per questo che numerose aziende del settore – continua Gagliardi di IIAS – non solo hanno rinnovato o lanciato nuove linee di prodotti dedicate esclusivamente al canale horeca, ma si stanno impegnando ad offrire ai ristoratori anche un supporto tecnico-professionale per la realizzazione di menù ad hoc e per la preparazione dei vari prodotti".

LE TIPOLOGIE PREFERITE



Nonostante la flessione del –1% rispetto al 2017 (che ha toccato nel retail un –2,3%, compensato poi dal +0,7% del catering), i vegetali si confermano in testa ai consumi dell'intero comparto (47,5% del totale), **raggiungendo nel 2018 quota 398.310 tonnellate**, grazie anche **all'exploit di zuppe e passati ricettati (+2,4%)**. **Mantengono ancora il secondo posto i prodotti ittici**, (nel 2018, ne sono state consumate **112.700 tonnellate**). Anche in questo caso la diminuzione nel retail del –1,1%, viene compensata dall'aumento del +1,5% nel catering. Inarrestabili, anche se a tassi contenuti (+0,3%), le **patate surgelate**, che nel 2018 raggiungono quota **145.760 tonnellate**. Le **pizze** "macinano" consumi pari a **91.450 tonnellate** (quarto segmento del comparto con una **quota del 10,9%**). Se il retail scende del –1,1% , il catering bilancia le cose, segnando una crescita del +3,6%. Sempre più varia la proposta: senza glutine, vegetariana, con farine integrali o di Kamut, tonda, quadrata, piccola, grande, fina o spessa. I **ricettati** si attestano complessivamente a **45.480 tonnellate** (5,4% del totale) al calo dell'1,6% del canale retail, risponde ancora una volta il catering anteponendo il segno più: +3,8%. E, con una certa sorpresa, va bene anche al **segmento delle carni**: i consumi di carni rosse e bianche hanno totalizzato infatti **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.

PREVISIONI PER IL 2019

“È ancora prematuro – precisa Vittorio Gagliardi, Presidente IIAS – fare dei consuntivi.

Tuttavia, 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)”.

Surgelati e frozen: l’opinione dello chef Rugiati