

**2021 Anno Internazionale della Frutta e della Verdura**

**SULLA TAVOLA DEGLI ITALIANI VINCONO FRUTTA E VERDURA (SOPRATTUTTO FROZEN).**

**NEL 2020, BOOM DI CONSUMO DI VEGETALI SURGELATI (+10,5%),**

**IN LINEA CON LE NUOVE TENDENZE ALIMENTARI**

* *In occasione dell’Anno internazionale della frutta e della verdura, l’IIAS - Istituto Italiano Alimenti Surgelati – rende noti numeri e trend di consumo dei prodotti “sottozero” di un segmento merceologico divenuto sempre più protagonista sulle tavole degli italiani*
* *I nuovi modelli alimentari diffusi negli ultimi anni (flexitariani, vegani, fruttariani, …), insieme a una crescita di consumi delle proteine vegetali, hanno sostenuto i trend di consumo di frutta e verdura, soprattutto in versione frozen. Nel 2020, i vegetali surgelati hanno registrato una crescita a doppia cifra (+10,5% sul 2019) con 251.940 tonnellate commercializzate, confermandosi leader del comparto. Ottima anche la performance della frutta surgelata, che nel 2020 è aumentata del +6,2% nel retail.*
* *Una tendenza confermata anche nei primi 8 mesi del 2021, che mostrano un andamento dei consumi “frozen” stabile sull’anno precedente: un ottimo risultato, soprattutto se paragonato a quello generale dei prodotti “freschi,” che registrano invece un calo nei volumi di consumo.*
* *Molto apprezzato dai consumatori il ruolo “anti-spreco” dei vegetali sottozero, in grado di ovviare al problema della facile deperibilità dei prodotti freschi e alla produzione di scarti in cucina, con un minor consumo di acqua e di risorse energetiche, a tutto vantaggio per l’ambiente*

*Ottobre 2021* – **Il 2021** è stato dichiarato dalle Nazioni Unite **l’Anno internazionale della frutta e della verdura**: due alimenti fondamentali per una dieta sana e bilanciata, molto amati dagli italiani, anche in versione *frozen*. Nel corso dei 12 mesi del 2020, il totale di frutta e verdura consumate dagli italiani ha di poco superato i **6 milioni di tonnellate**, pari cioè a **233 kg a famiglia[[1]](#footnote-1)**. Una tendenza “salutista” che trova riscontro soprattutto nel **comparto sottozero: leader assoluti** del settore si confermano **i vegetali**, che nel 2020 conservano il loro primato, rappresentando **oltre il 42% del consumo domestico di tutti gli alimenti surgelati**, e che, nei primi 8 mesi del 2021, mostrano un andamento dei consumi sostanzialmente stabile sull’anno precedente. Un ottimo risultato a conferma del gradimento degli italiani nei confronti di questa tipologia di prodotti, risultato che acquisisce ancora più valore se si considera, invece, che il consumo di frutta e verdure freschi nel 2021 sta registrando una contrazione importante del volume.

Anche **la frutta in versione “frozen” cresce** nel 2020 del **+6,2%**: un trend di sviluppo che merita di essere sottolineato, pur trattandosi di volumi più contenuti rispetto ai consumi di altri segmenti. È quanto rivela **l’IIAS- Istituto Italiano Alimenti Surgelati**, che ha reso noti numeri e tendenze di questo **comparto merceologico divenuto sempre più protagonista sulle nostre tavole.**

*“La pandemia ci ha reso più consapevoli e attenti a quello che mangiamo”,* commenta **Giorgio Donegani**, **presidente IIAS**. “*Nell’ultimo anno, il cibo è divenuto motore dei cambiamenti delle abitudini alimentari degli italiani. Con l’aumento del tempo trascorso in casa, la ritrovata voglia di fare la spesa, cucinare e sperimentare nuove ricette, oggi ‘mangiare’ non è solo una semplice necessità. Il cibo è divenuto sinonimo di soddisfazione e di piacere, di condivisione e convivialità, ma anche di salute e cura di sé.* *E proprio in quest’ottica, molti hanno colto l’occasione per modificare in meglio il proprio regime alimentare:* ***il 53% ha aumentato il consumo quotidiano di frutta e verdura****[[2]](#footnote-2); un incremento che ha inciso positivamente soprattutto sul comparto frozen:* ***nel 2020, infatti,*** ***i vegetali surgelati hanno registrato una crescita a doppia cifra (+10,5% sul 2019) con* *251.940 tonnellate commercializzate****”.*

Nell’ultimo anno, l’esigenza di consumare prodotti salubri e sicuri, la tendenza al risparmio e al contenimento degli sprechi, il bisogno di una “gratifica” quotidiana, la sostenibilità sociale ed ambientale sono stati i principali **driver d’acquisto nelle scelte alimentari**, influenzando l’andamento di ogni singolo segmento merceologico, anche nel comparto surgelati. A trainare **la crescita dei vegetali sottozero** sono stati soprattutto **i vegetali preparati** (cresciuti del **+24,2**%), seguiti da **zuppe e minestroni (+ 15,4%** nel 2020): un risultato che suggerisce il ruolo di **“comfort food”** attribuito dagli italiani a queste preparazioni, di pari passo con una richiesta di benessere e di elevati contenuti nutrizionali che da sempre accompagna il comparto. Si consolida, inoltre, la tendenza **che vede crescere il consumo di proteine vegetali**: un orientamento ormai generalizzato nel quale il mondo dei surgelati si inserisce con una crescente gamma di offerta. Secondo le più recenti rilevazioni Coop-Nomisma, infatti, si fanno strada in questo contesto anche **nuovi prodotti in cerca di “nuovi consumatori”:** tra questi non mancano **i prodotti surgelati a base vegetale**, che nel 2021 crescono del **+35%** sul 2020[[3]](#footnote-3).

Evidenze coerenti con le **ultime tendenze emerse in ambito food**: già nel 2019 Eurispes aveva rivelato **un incremento dei flexitariani** (ovvero di coloro che prediligono sempre più **proteine vegetali** nella dieta); nel 2020, la **crescita dei vegani in Italia** è stata del **+9%** e gli Italiani che oggi seguono una dieta vegana hanno raggiunto quota **1,5 milioni**[[4]](#footnote-4); infine, stando ai dati dell’ultimo Rapporto Coop, **il paniere delle proteine vegetali è oggi quello con la migliore performance**, con un **+3,1%** registrato nei primi sei mesi del 2021 rispetto al 2020 (contro un +2,6% delle proteine animali).

In uno scenario in cui la dieta vegetariana non è più una scelta di nicchia ma una tendenza in espansione e avanzano prodotti vegan di “nuova generazione”, si capisce quanto il valore di frutta e verdura sia cresciuto sulle tavole degli italiani. Secondo la FAO e l’OMS, per prevenire malattie croniche quali il cancro, il diabete, le malattie cardiocircolatorie e l’obesità oltre che per ovviare alle carenze di micronutrienti, **ognuno di noi dovrebbe consumare almeno 400 grammi di frutta e verdura al giorno** all’interno di una dieta sana e varia.

Ma spesso non è possibile, complici **la facile deperibilità** di questi alimenti e **la difficoltà di acquistarli freschi** quotidianamente per portarli in tavola. Per ovviare a questi problemi, **i prodotti surgelati possono certamente rappresentare un grande alleato e una validissima alternativa.**

*“Pensare che i prodotti vegetali freschi siano più sani e nutrienti di quelli surgelati è errato”*, afferma la nutrizionista **Elisabetta Bernardi**. “*Se non si può fare la spesa quotidianamente, alternare fresche insalate a verdure cotte surgelate è un’ottima abitudine da adottare per preservare un regime alimentare sano”.*

*“Un recente studio* – conclude **la dott.ssa Bernardi** – *ha dimostrato che frutta e ortaggi surgelati sono, in molti casi, più nutrienti dei freschi. Gli autori della ricerca hanno misurato, per oltre due anni, il contenuto nutrizionale di tre tipi di prodotti: ‘freschi’, ‘surgelati’ e ‘freschi ma a cinque giorni dalla raccolta’; broccoli, cavolfiori, fagiolini, piselli, spinaci, mirtilli e fragole surgelate avevano un contenuto di vitamina C, beta carotene e folati maggiore rispetto ai freschi conservati per qualche giorno. Pertanto, mentre i prodotti freschi “appena colti” contengono sicuramente le più alte quantità di sostanze nutritive in assoluto, una volta a casa vincono invece i surgelati, perché questi ultimi vengono lavorati a poche ora dalla raccolta”.*

Ecco perché, nel mondo anglosassone, non a caso **i surgelati sono definiti “long fresh”**, poiché sono prodotti che conservano intatte le caratteristiche del miglior fresco, senza rivali per qualità sia organolettiche sia nutrizionali, e al tempo stesso per la possibilità di mantenere entrambe queste caratteristiche per tempi lunghissimi.

Infine, dal punto di vista della sostenibilità ambientale, **i vegetali surgelati costituiscono i prodotti anti-spreco per eccellenza**: la loro lunga durata di conservazione permette di utilizzarli prima che si deteriorino, usando solo ciò di cui si ha davvero bisogno; la quantità acquistata corrisponde a quella che si mangia (con **zero scarti in cucina**): si consuma tutto ciò che si acquista e diventa **più facile fare anche la raccolta differenziata** dei rifiuti; inoltre, si **riduce il consumo di acqua** nelle proprie case, perché tutti gli ortaggi sono già lavati e puliti e c’è **un minore spreco di risorse energetiche** per la cottura dei cibi, in quanto i tempi di preparazione sono nettamente più brevi.

**Ufficio stampa IIAS c/o INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione**

Livia Restano; [l.restano@inc-comunicazione.it](mailto:l.restano@inc-comunicazione.it) ; 345 400 0009

Elena Mastroieni; [e.mastroieni@inc-comunicazione.it](mailto:e.mastroieni@inc-comunicazione.it); 334 6788706

1. Dati GFK, 2021. [↑](#footnote-ref-1)
2. Dati “RAPPORTO COOP 2021” [↑](#footnote-ref-2)
3. Ufficio Studi Coop-Nomisma su dati Nielsen, giugno 2021 [↑](#footnote-ref-3)
4. Dati Nomisma “Osservatorio The World After Lockdown”, Consumer survey, giugno 2021. [↑](#footnote-ref-4)