RAPPORTO ANNUALE SUI CONSUMI DI ALIMENTI SURGELATI IN ITALIA 2019

**PER LA PRIMA VOLTA IN ITALIA CONSUMO PRO-CAPITE DI SURGELATI OLTRE I 14 KG**

**BENE VEGETALI, ITTICO, PIZZA SURGELATA, PATATE E RICETTATI**

**TREND POSITIVO NEI PRIMI 4 MESI DEL 2020 MA C’È ALLARME PER IL SETTORE FUORICASA**

*Secondo il “Rapporto annuale sui Consumi dei prodotti surgelati in Italia” di IIAS – Istituto Italiano Alimenti Surgelati - il 2019 conferma l’apprezzamento dei surgelati da parte dei consumatori italiani*: *cresce il canale Retail (+1,5% dei volumi acquistati) e il Fuoricasa (+1,1%), con segni positivi in tutte le categorie.*

*I primi 4 mesi del 2020 sono in chiaroscuro: al boom dei consumi domestici e alle ottime performance per il door to door, si contrappongono i numeri del comparto HORECA, che si è quasi dimezzata con una perdita stimata di circa un quarto nel fatturato. Buone notizie dall’export: un accordo Italia e Usa – raggiunto grazie al lavoro delle Istituzioni e di Unione Italiana Food – ha sbloccato le esportazioni di ingredienti surgelati con carne suina in Usa e questo permetterà agli americani di mangiare alcuni prodotti, come la “Pepperoni Pizza” made in Italy, di cui c’è grande richiesta.*

*Roma, 18 giugno 2020 -* Nel 2019 la spesa alimentare delle famiglie italiane è stata all’insegna di una sostanziale stabilità[[1]](#footnote-1) (+0,4%). All’interno di questo trend i **prodotti surgelati** hanno mostrato segnali positivi: nel **2019 sono cresciuti in volume del +1,3% rispetto al 2018** per un consumo pro capite di **14,1 kg annui**, un valore mai registrato prima. A fronte di una crescita dei volumi, 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 di euro** del 2019. Tra le performance più importanti dello scorso anno il **canale Retail** ha raggiunto le **531.400 tonnellate** (**+1,5%** sul 2018), il **Catering** (Fuoricasa) ha comunque segnato un **+1,1%**, attestandosi a **318.500 tonnellate** e risultati lusinghieri registrati anche dal **Door to door**.

Sono alcuni dei risultati emersi dal **“Rapporto annuale sui Consumi dei prodotti surgelati” di IIAS – Istituto Italiano Alimenti Surgelati** (ora completamente integrato con **Unione Italiana Food**, la più grande Associazione di rappresentanza diretta di categorie merceologiche del settore alimentare in Italia e in Europa),che analizza l’andamento del settore in Italia nel 2019 fornendo anche importanti dati sui **primi quattro mesi del 2020**.

**PRIMI 4 MESI DEL 2020: BENE IL RETAIL E IL PORTA A PORTA, IN flessione IL FUORICASA**

Il 2020 era iniziato confermando il trend positivo del settore dei surgelati, ma l’emergenza legata alla pandemia da Covid -19 ha cambiato la spesa alimentare degli italiani e anche il settore dei surgelati è stato interessato. Da una parte, nel primo quadrimestre 2020, le vendite complessive di surgelati nel **canale Retail** hanno segnato un **+13,5%** con performance particolarmente positive nel segmento dell’**ittico** (+16,5%), degli **snack salati** (+21,5%), delle **pizze** (+12,5%) e delle **patate** (+12%). E anche il segmento del **Porta a porta** ha segnato nel 2020 un aumento significativo (fino a un +40% a marzo, rispetto al 2019).

A questi numeri positivi ha fatto da contraltare il trend negativo del Fuoricasa: nel primo quadrimestre, l’intero comparto della **Ristorazione commerciale** e della **Ristorazione collettiva**, a seguito della chiusura di esercizi pubblici, bar, ristoranti, mense, scuole, si è quasi dimezzato. Ciò ha impattato sul settore – che ha nel Fuoricasa più del 37% del totale di consumi dei surgelati nel nostro Paese – **lasciando presagire per l’intero anno una perdita di almeno un quarto del fatturato dei surgelati per il Fuoricasa, pari a circa 600 milioni di euro**.

*“L’esperienza di questi mesi ci consente di affermare che le nostre Aziende di surgelati hanno dimostrato ancora una volta di essere vicine agli Italiani”* afferma**Vittorio Gagliardi, Presidente di IIAS - Istituto Italiano alimenti surgelati.** *“Chiamato a uno straordinario impegno produttivo, da compiere in situazioni di massima sicurezza per i propri dipendenti e collaboratori, il nostro settore, così come gli altri dell’agroalimentare nazionale, ha assolto pienamente la propria responsabilità sociale garantendo la costante presenza nella distribuzione di prodotti con i consueti, elevatissimi livelli di qualità e igienicità. Il nostro –* conclude Gagliardi *– è un patrimonio produttivo, tecnologico, economico, sociale su cui fare affidamento per la “ripartenza” del Paese. Il sotto zero potrebbe avere un ruolo chiave alla riapertura degli esercizi pubblici: il canale Horeca dovrà inevitabilmente adattarsi alla faticosa ripresa della domanda e a nuove modalità di somministrazione dei pasti e, in questo senso, i surgelati potrebbero aiutare in termini di sicurezza alimentare, gestione degli stock, riduzione degli sprechi e ottimizzazione del food cost”.*

**TREND DEI CONSUMI SURGELATI 2019: SEGNI POSITIVI PER VEGETALI, ITTICO, PIZZA E RICETTATI**

Analizzando le singole categorie di prodotto, scopriamo che l’anno scorso, **nel canale Retail,** **si sono registrate ottime performance per i vegetali** che rappresentano **quasi la metà** dell’intero comparto surgelati: nel 2019, ne sono state consumate **228.000 tonnellate, con una crescita di 0,5%** rispetto al 2018. In questa categoria sono tornati a crescere sia i vegetali semplici (piselli, spinaci, fagiolini, patate), sia le zuppe/minestroni e ricettati.

**Anche l’ittico torna ad aumentare**, con **94.150 tonnellate** consumate lo scorso anno e una crescita del **+1,2%** rispetto al 2018. Il consumatore apprezza soprattutto la provenienza delle materie prime da pratiche certificate di pesca sostenibile, la loro surgelazione veloce e le informazioni contenute in etichetta.

**Buoni risultati registrati nel 2019 per pizze e snack**, con un consumo di circa **78.500 tonnellate (+2,4%)**. La più richiesta rimane sempre la Margherita, cui seguono vegetariana, capricciosa, ai funghi, al prosciutto. In leggero aumento anche il consumo di **patate surgelate**, con **72.300 tonnellate** e una piccola variazione dello **+0,7%** sul 2018.

**I piatti ricettati si confermano un prodotto molto gradito dal consumatore**, con **32.900 tonnellate** consumate dagli italiani **+2,9% rispetto al 2018**: primi, secondi e contorni crescono di volume segnando un risveglio di questo segmento. Infine, riprendono a crescere i consumi di carne, sia bianca (**8.850 tonnellate** con **+3,3% rispetto al 2018**) che rossa (**4.500 tonnellate** con **+2,4% rispetto al 2018**).

**IL BOOM DELLE PIZZE SURGELATE: UN ACCORDO FAVORIRÀ LA “PEPPERONI PIZZA” NEGLI USA**

Il comparto dei surgelati è anche uno dei fiori all’occhiello dell’export agroalimentare italiano, che nel 2019 ha toccato **35,4 miliardi di euro** con un **+5,2% sul 2018**. Il maggiore mercato di riferimento rimane l’Unione Europea, con la Germania in testa, seguito da Nord America e Asia: gli USA rappresentano quindi il secondo sbocco assoluto del nostro *food and beverage*, soprattutto con i prodotti tipici trasformati come **pizze** e **ricettati**.

Quando si fa riferimento all’export un discorso a parte merita la pizza surgelata. Nel 2019 l’export italiano di questo prodotto ha oltrepassato le **150.000 tonnellate**, registrando un incremento di **oltre il 10%** rispetto al 2018stimabile in **500 milioni di euro**. Proprio per promuovere ancora di più sui mercati questo prodotto, a marzo 2020, **Unione Italiana Food** ha concretizzato un importante accordo con il coinvolgimento del Ministero della Salute, del Ministero dello Sviluppo Economico e dell’Ambasciata italiana a Washington. L’operazione ha aperto la strada all’esportazione di **prodotti surgelati con carne suina**,in qualità di ingrediente, negli USA da alcuni stabilimenti situati nel nord Italia. Le ricadute economiche dell’accordo saranno significative per il settore: infatti, gli americani adorano la pizza surgelata ed il mercato USA è costituito in larga parte da prodotti che contengono ingredienti carnei, come il salame piccante che caratterizza la popolarissima *Pepperoni Pizza.*

**Ufficio Stampa IIAS c/o INC- Istituto Nazionale per la Comunicazione**

Simone Ranaldi; [s.ranaldi@inc-comunicazione.it](mailto:s.ranaldi@inc-comunicazione.it) ; 335.5208289

Livia Restano; [l.restano@inc-comunicazione.it](mailto:l.restano@inc-comunicazione.it) ; 345.4000009

1. Dati Ismea 2019 [↑](#footnote-ref-1)