

Vegetali, patate e pesce, cresce il consumo di surgelati nel dopo-pandemia

Vegetali naturali, patate e ittici naturali e panati. Sono i prodotti surgelati preferiti dai consumatori italiani tra le mura domestiche, secondo l'Iias, Istituto italiano alimenti surgelati, che, in vista della Giornata del cibo surgelato, che si celebra il 6 marzo, ha reso noti i dati di consumo 2023, relativi al canale retail. Lo scorso anno sono state consumate 645 mila tonnellate di surgelati, in aumento rispetto alle 589 mila tonnellate consumate nel 2019 pre-pandemia, con una crescita a volume del comparto pari al +9,4%. «Un dato complessivamente positivo che, se valutato rispetto al 2022, mostra solo una leggera flessione a volume nel retail pari al -1,2%, largamente prevista dopo anni di crescita record e continuativa e a seguito della ripresa dei consumi fuori casa post pandemia, confermando una tenuta del mercato non scontata», spiega l'Iias

Tra le categorie merceologiche surgelate più amate dai consumatori italiani nel 2023, i vegetali si confermano al primo posto: con 215.695 tonnellate consumate (rispetto alle 213.345 del 2019), sono cresciuti dell'1,1%. Seguono, con 110.532 tonnellate, le patate: +35,8% sul 2019. Al terzo posto il pesce surgelato (naturale e panato), che ha raggiunto quota 92.372 tonnellate,

con un incremento del +2,25%. Da evidenziare anche il boom dei piatti pronti surgelati, con un trend di crescita del +34,3% fra il 2019 e il 2023. Discorso a parte merita il comparto delle pizze surgelate: «A fronte di incrementi a due cifre nel 2020/2021», spiega ancora l'Iias, «si è assistito a un assestamento nel 2022/2023 essenzialmente dovuto alla ripresa dei consumi fuori casa. Da segnalare come negli ultimi anni questa categoria abbia proseguito con successo il suo cammino sulla strada dell'innovazione: l'offerta è divenuta sempre più varia, con l'introduzione di nuovi formati e ingredienti, l'uso di farine integrali o di kamut e le versioni senza glutine».

«I dati 2023 relativi ai consumi domestici di surgelati», ha commentato Giorgio Donegani, presidente Iias, «testimoniano come questi prodotti abbiano fatto un balzo in avanti tanto nella percezione quanto nelle scelte di acquisto dei consumatori italiani, che continuano a premiarli per le loro prerogative intrinseche: alta qualità organolettica, naturalità, disponibilità in tutti i mesi dell'anno, elevati contenuti nutrizionali, ampiezza e varietà dell'offerta, trasparenza delle informazioni in etichetta».

— © Riproduzione riservata —

