**6 Marzo: Giornata Del Cibo Surgelato**

**SURGELATI: NEL 2024, OLTRE 652 MILA TONNELLATE CONSUMATE TRA LE MURA DOMESTICHE.**

**RIPRENDE LA CRESCITA NEL CANALE RETAIL: +1,3% RISPETTO AL 2023**

* *IIAS - Istituto Italiano Alimenti Surgelati, in occasione del “Frozen Food Day” (6 marzo), anticipa i dati di consumo 2024 di alimenti surgelati in Italia, riferiti alle vendite del canale Retail, che confermano una crescita nelle abitudini alimentari dei nostri connazionali. In estate, saranno presentati anche i dati complessivi del comparto, alla luce dei consumi registrati nel Fuori casa.*
* *Tra le categorie merceologiche preferite tra le mura domestiche, restano stabili sul podio: i vegetali naturali (oltre 220 mila tonnellate consumate), le patate (107 mila tonnellate) e gli ittici naturali e panati (96 mila tonnellate). Ma anche i piatti pronti e le specialità salate segnano un punto positivo.*
* *A registrare l’aumento più significativo è il comparto delle pizze surgelate, che con un +3,7% rispetto al 2023, raggiunge un consumo di quasi pari a 66 mila tonnellate.*

*Mercoledì, 26 febbraio 2025 -* I primi dati rilevati in Italia relativi al canale Retail (quello dei consumi domestici) evidenziano come **nel 2024, il comparto dei prodotti surgelati abbia confermato la propria solidità,** registrando un ulteriore incremento nei **consumi tra le mura domestiche**, che raggiungono quota **652.643 mila tonnellate** (vs. le 645.000 registrate nel 2023).

Un dato positivo e incoraggiante che sottolinea come **il consumo di prodotti surgelati in Italia sia aumentato a un ritmo senza precedenti** negli ultimi anni, per poi **stabilizzarsi su livelli elevati**: negli anni della pandemia gli italiani hanno introdotto abitualmente nella propria alimentazione questi prodotti, riconoscendone **l’elevato valore qualitativo** e apprezzandoli anche in termini di **gusto e** di **risparmio economico**, e poi hanno continuato ad aumentarne il consumo.

In termini percentuali, **i dati Retail 2024** ci raccontano **una crescita a volume** del comparto frozendel **+1,3%** rispetto ai consumi domestici 2023. Un valore che evidenzia una nuova **spinta positiva del comparto**,dimostrando ancora una volta quanto i prodotti surgelati siano divenuti ottimi alleati dei consumatori in ogni occasione, una spinta che plausibilmente sarà confermata dalla contemporanea crescita nei consumi fuori dalle mura domestiche.

*“L’aumento segnato nel Retail nel 2024 - un canale che, ricordiamo, da solo rappresenta i due terzi dei consumi complessivi - evidenzia un apprezzamento costante per le qualità intrinseche in questi prodotti: praticità, disponibilità, ampiezza e varietà dell’offerta, valenze anti-spreco, (i surgelati possono definirsi il prodotto anti-spreco per eccellenza e chi li consuma ne è profondamente consapevole), gusto, elevati contenuti nutrizionali e, non ultimo, di convenienza”,* ricorda **Giorgio Donegani, Presidente IIAS***.*

**NEI CONSUMI CASALINGHI, SI CONFERMANO SUL PODIO: VEGETALI, PATATE E PRODOTTI ITTICI**

Ma quali sono state nel 2024 le categorie merceologiche surgelate più amate dai consumatori italiani? I **vegetali si confermano al primo posto**, frutto di scelte alimentari sempre più consapevoli ed equilibrate. Con **220.497 tonnellate consumate nel 2024** (rispetto alle 215.695 del 2023), i vegetali sono cresciuti del **+2,2%,** dimostrandosi un valido alleato di chi guarda al benessere e a elevati contenuti nutrizionali, ma anche di chi è propenso a scegliere sempre più proteine a base vegetale.

Seguono, con **107.207 tonnellate, le patate** che, pur mantenendo la posizione sul podio, registrano invece una lieve decrescita (-3,1%) rispetto all’anno precedente, in cui i consumi avevano registrato cifre record, raggiungendo quota 110.532 tonnellate. **Una oscillazione comunque fisiologica, tenendo conto che la stessa categoria ha segnato** un incremento del 31,7% rispetto al 2019.

Al terzo posto si classifica **il pesce surgelato (naturale e panato)**,che con **95.955 tonnellate** registra **un incremento del +3,9%** rispetto alle 92.372 tonnellate del 2023. I prodotti ittici frozen continuano nel loro virtuoso percorso di accreditamento presso i consumatori italiani, che li apprezzano in quanto **sicuri, salutari, nutrienti, sempre disponibili, facili da preparare, convenienti e ‘trasparenti’,** grazie alla completezza delle informazioni presenti sulle etichette delle confezioni.

Da evidenziare, nel 2024, **la crescita del comparto delle pizze surgelate**, che registra l’aumento più significativo in termini percentuali: **+3,7%,** per un consumo pari a **65.688 tonnellate. Una crescita giustificata** anche **dalla convenienza economica** di questo prodotto: secondo una recente indagine condotta da AstraRicerche per IIAS[[1]](#footnote-1), la pizza surgelata risulta **nettamente più conveniente rispetto al delivery** (per il quale, invece, si spendono mediamente 7,18€ a pizza: **più del doppio).**

Anche i **piatti pronti surgelati e le specialità salate** registrano **un trend** **in crescita nei consumi domestici,** rispettivamentedel +0,5% e +2,4% sul 2023, per un consumo pari a 66.306 e 31.367 tonnellate**.** L’alta qualità degli ingredienti, le **ricettazioni tradizionali ma innovative**, la velocità nelle modalità di preparazione e l’attenzione all’equilibrio nutrizionale sono alcuni dei fattori che hanno fatto di queste categorie la migliore risposta ai **nuovi stili di consumo delle famiglie italiane**, che hanno sempre meno tempo da dedicare in cucina ma sempre più voglia di piatti gustosi, veloci e vari.

*“Secondo i dati di una recente indagine condotta per IIAS da AstraRicerche* - avverte Donegani - *quasi 4 italiani su 10 hanno aumentato, negli ultimi 5 anni, l’acquisto di surgelati, tanto che il 99% ha dichiarato di esserne consumatore e più di 1 italiano su 2 di mettere abitualmente in tavola questi prodotti. Un’ulteriore indagine ha calcolato anche il ‘value for money’ di 5 diversi alimenti surgelati, mettendolo a confronto con quello dei 5 alimenti freschi equivalenti. Il risultato ha evidenziato che 4 volte su 5 i surgelati fanno risparmiare. A tutto ciò si aggiunge la rinnovata percezione dei surgelati in termini di gusto, qualità, freschezza e consistenza: per quasi due terzi degli intervistati, è superiore a quella degli alimenti freschi. Una ulteriore conferma dell’apprezzamento quotidiano da parte degli italiani dell’impegno messo in campo dalle aziende produttrici per soddisfare le esigenze di benessere, gusto e convenienza dei consumatori”,* conclude il **Presidente IIAS.**

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

Claudia Cantonetti; c.cantonetti@inc-comunicazione.it; 348.63476

Lucia Severi; l.severi@inc-comunicazione.it; 346.4743499

1. Aprile 2024, AstraRicerche: Survey “Italiani e surgelati: #losapeteche?”; Blind Taste Test; Analisi sul “Value for money” dei prodotti surgelati. [↑](#footnote-ref-1)