



I CONSUMI DEI PRODOTTI SURGELATI

RAPPORTO 2022



LETTERA DEL PRESIDENTE	pag. 4
I SURGELATI IN ITALIA. CONSUMI E TENDENZE	pag. 8
Surgelati, si assestano i consumi domestici e riparte il fuoricasa. Saldo finale: +1,2% a volume	pag. 10
Tabelle	pag. 14
I PLUS DEI SURGELATI	pag. 16
Gli italiani li apprezzano sempre di più. Ecco perché	pag. 18
L'IMPEGNO DEL COMPARTO PER LA SOSTENIBILITÀ	pag. 22
Surgelati, validi alleati contro lo spreco alimentare	pag. 24
Una ricerca continua per ridurre l'impatto ambientale	pag. 26
Un punto di partenza verso nuovi traguardi	pag. 27
SURGELATI, COS'ALTRO C'È DA SAPERE	pag. 28
I consigli di IIAS per acquistare e consumare i surgelati nel modo migliore	pag. 30

LETTERA DEL PRESIDENTE

Il 6 marzo scorso, in occasione dell'annuale Frozen Food Day, l'Istituto Italiano Alimenti Surgelati - IIAS, che da tre anni ho l'onore di presiedere, ha organizzato a Milano "1963-2023. Sessant'anni di innovazione dei surgelati": un evento che ha celebrato i 60 anni della costituzione dell'Istituto, nato nel 1963 su iniziativa delle più importanti industrie produttrici di surgelati operanti in Italia, per valorizzare i prodotti sottozero che cominciavano, finalmente, ad entrare su larga scala nelle case dei consumatori italiani.

A sessant'anni di distanza, si può tranquillamente affermare che i prodotti surgelati abbiano radicalmente cambiato le nostre abitudini alimentari diventandone parte imprescindibile, al punto che oggi li consumano più di 9 italiani su 10. Quella dei prodotti surgelati, infatti, è la storia di una straordinaria "rivoluzione" alimentare, che ha modificato per sempre e in positivo il nostro modo di mangiare e conservare il cibo: ci ha permesso di portare in tavola una incredibile varietà di alimenti, tanto buoni quanto sani e nutrienti, e di gustare tutto l'anno ogni tipo di frutta e verdura, specie ittiche provenienti dai mari più incontaminati, elaborate preparazioni gastronomiche pronte in soli pochi minuti.

Tutto questo è accaduto grazie alle innovazioni del comparto, che hanno accompagnato - e in alcuni casi anticipato - l'evoluzione dei consumi mettendo d'accordo gusto, sicurezza e sostenibilità, grazie ai continui investimenti delle aziende in ricerca e sviluppo. Gli italiani,

dunque, hanno scoperto e unanimemente riconosciuto i numerosi punti di forza di questi prodotti: l'alto livello qualitativo delle materie prime; l'elevato apporto nutrizionale; la crescente ampiezza della proposta; l'enorme praticità d'uso; la disponibilità costante in ogni periodo dell'anno; la sicurezza; la completezza e trasparenza delle informazioni; la grande valenza antispreco.

Sono questi punti di forza ad aver garantito, nel tempo, il successo degli alimenti surgelati. E così è stato anche nel 2022, come illustra il presente Rapporto.

L'anno scorso, i consumi hanno toccato un nuovo massimo storico sfiorando la soglia del milione di tonnellate (990.713, per la precisione), con una crescita a volume del +1,2% rispetto al 2021 e un consumo pro capite annuo salito da 16,6 a 16,8 kg. Ancora più rilevante l'incremento del fatturato, arrivato a 5,3 miliardi di euro contro i 4,9 miliardi dell'anno precedente (+9%).

Il fattore principale che ha sostenuto i consumi del comparto surgelati è stata la significativa ripresa del Fuori-casa dopo il "biennium terribile" 2020-2021 dovuto alla pandemia di Covid-19. Nel 2022 il totale dei consumi alimentari fuori casa ha toccato gli 82 miliardi di euro, con un aumento del +26% rispetto ai 67,5 miliardi del 2020 ma ancora sotto gli 85,5 miliardi che avevano raggiunto nel 2019.

I prodotti surgelati si sono inseriti in questo trend, con un aumento a volume di oltre il 17%, valore che ha più che compensato la lieve flessione del Retail (-2,5%) e quelle più consistenti registrate nel door to door (-14,4%) e nell'e-commerce (-9,1%) di prodotti surgelati.

Se non fosse per le altre "eccezionalità" che hanno investito negli ultimi anni la nostra vita e quella del nostro pianeta (dalla crisi energetica al boom dei prezzi delle materie prime, dalla guerra e dal conseguente inasprimento delle relazioni internazionali alle manifestazioni, sempre più violente e ricorrenti, dell'emergenza climatica), si potrebbe dire che con la fine della pandemia si stia tornando almeno a una "normalità": quella del consumo fuori casa di cibo, con la fondamentale componente di socialità che in primis in Italia la connota. Una normalità della quale, ancora una volta, i prodotti surgelati sono un aspetto fondamentale.

Se tutto questo è vero, è altrettanto vero che le altre "emergenze" sopra citate rimangono a oggi all'ordine del giorno. E per fronteggiarle nel modo migliore anche il comparto dei surgelati, in linea come sempre con i cambiamenti della società, è in prima fila nel dare il proprio contributo.

* * * * *

Un esempio sul quale si sofferma diffusamente il presente Rapporto è l'impegno del comparto dei surgelati in favore della sostenibilità.

Lo scorso autunno IIAS ha pubblicato il Rapporto Ambientale 2022, il primo in assoluto in Italia dedicato agli alimenti surgelati, per evidenziare come il comparto metta al centro - e non da oggi - l'impegno al rispetto dell'ambiente, all'uso oculato delle risorse (acqua, energia, materie prime) e alla riduzione delle emissioni inquinanti nell'atmosfera, causa prima dell'emergenza climatica.

Il Rapporto presenta i recenti risultati di sostenibilità ambientale, in termini di riduzione dell'impiego di energia e di acqua nonché delle emissioni, raggiunti grazie ai continui investimenti in innovazione di processo e di prodotto compiuti dalle aziende produttrici di surgelati, le stesse che trovano rappresentanza nel Settore Surgelati di Unione Italiana Food, a cui IIAS fa riferimento.

L'altro aspetto sul quale il Rapporto Ambientale si sofferma è la fortissima valenza anti-spreco di questi prodotti: una caratteristica che vale tanto per la dimensione domestica quanto - ancor più - per il mondo della ristorazione, perché i surgelati permettono al ristoratore di programmare gli acquisti e organizzare il lavoro con la garanzia di poter offrire con continuità il massimo livello qualitativo, anche in presenza di contingenze poco favorevoli o imprevedibili.

La riduzione dello spreco impatta, infine, su due altri aspetti almeno altrettanto rilevanti. Il primo è economico: di fronte al risorgere dell'inflazione, ridurre drasticamente lo spreco alimentare consente al consumatore di combattere efficacemente l'aumento del costo della spe-

sa alimentare provocato dal boom dei prezzi dell'energia e delle materie prime.

Il secondo aspetto riguarda la nostra salute: i surgelati evitano anche lo spreco delle sostanze nutritive del cibo. Non a caso, nel mondo anglosassone sono definiti "long fresh": grazie ai moderni processi di surgelazione, che consentono alla materia prima di raggiungere in brevissimo tempo una temperatura inferiore a -18° C, i surgelati conservano intatte, per un tempo lunghissimo, le qualità nutrizionali e organolettiche del miglior fresco.

* * * * *

Era il 6 marzo 1930 quando Clarence Birdseye, un intraprendente biologo e uomo d'affari newyorkese, offriva per la prima volta in 11 negozi di Springfield, Massachusetts, filetti di merluzzo e altri 17 tagli di carne e pesce surgelati, oltre a frutta e verdure come spinaci, piselli ("Meravigliosamente verdi come li vedrete la prossima estate", recitava la pubblicità), frutti di bosco e lamponi. Da quella data, che ha ufficializzato la nascita della surgelazione moderna (e che segna l'annuale ricorrenza del "Frozen Food Day", istituito il 6 marzo 1984 dall'allora Presidente degli Stati Uniti Ronald Reagan), l'industria dei surgelati ha compiuto continui passi avanti. In meno di un secolo nel mondo e in sessant'anni nel nostro Paese, gli alimenti surgelati hanno conquistato il gradimento e la fiducia dei consumatori, grazie alla loro capacità

di rispondere efficacemente ai bisogni sempre diversi e crescenti delle persone e del pianeta.

Su questa strada, in Italia, le aziende associate ad IAS sono impegnate a portare avanti la propria missione: garantire, alla crescente platea dei consumatori italiani, alimenti surgelati di alta qualità, nelle quantità richieste e a prezzi accessibili.

Giorgio Donegani

Presidente Istituto Italiano Alimenti Surgelati



Sessant'anni fa, gli alimenti surgelati arrivavano nelle nostre case. Un gruppo di aziende costituiva l'Istituto Italiano per gli Alimenti Surgelati (IIAS), che cominciava a promuoverne la conoscenza.

Sessant'anni dopo, i surgelati sono diventati parte integrante delle nostre abitudini alimentari. Perfetti per qualsiasi occasione di consumo. Disponibili in ogni stagione. Buoni e ricchi di nutrienti. Sicuri. Sostenibili.

Perché i prodotti surgelati continuano ad evolversi, e a rispondere alle nuove esigenze e sensibilità degli italiani.

Il cibo può raccontare storie, e la storia del surgelato è diventata la nostra, interpretando i bisogni di una società in continua evoluzione, accompagnandola verso il futuro.

Istituto Italiano Alimenti Surgelati: sessant'anni di storia italiana.



A top-down view of a white ceramic teapot, a small white bowl of sesame seeds, and fresh spinach leaves on a white wooden surface. The teapot is in the upper right, the bowl of sesame seeds is in the center, and the spinach leaves are on the right and bottom. The background is a white wooden surface with horizontal planks.

**I SURGELATI
IN ITALIA.
CONSUMI
E TENDENZE**



SURGELATI, SI ASSESTANO I CONSUMI DOMESTICI E RIPARTE IL FUORICASA

SALDO FINALE: +1,2% A VOLUME

► Come indicato nelle edizioni precedenti di questo Rapporto, l'andamento dei consumi dei surgelati rispecchia, con accenti generalmente più positivi, i macro-trend del mercato alimentare. Lo stesso è accaduto nel 2022. Prima, però, occorre fare una importante premessa metodologica: a partire dal 2022, IIAS ha integrato le fonti statistiche di rilevazione dei consumi di alimenti surgelati. Ciò ha portato a una lieve modifica anche dei dati relativi al 2021 riportati nel precedente Rapporto dei consumi. Il confronto fra il 2021 e il 2022 avverrà dunque sui dati così riclassificati.



SFIORATO IL MILIONE DI TONNELLATE, FATTURATO OLTRE 5 MILIARDI

Nel 2022, il consumo dei surgelati in Italia ha registrato un nuovo massimo storico, sfiorando il milione di tonnellate: **990.713**, con una crescita a volume del **+1,2%** rispetto al 2021 che si era chiuso con 979.153 tonnellate.

Questo risultato si è tradotto in una ulteriore crescita del consumo annuo **pro capite** di prodotti surgelati, salito a **16,8 kg** contro i 16,6 del 2021.



990.713 Tonn.

Consumo dei surgelati nel 2022



16,8 Kg

Consumo pro-capite annuo

Se passiamo dall'andamento dei volumi a quello dei valori, il mercato dei surgelati ha registrato un **fatturato** totale di **5,3 miliardi di euro**, pari al **+9%** rispetto ai circa 4,9 del 2021.

Nelle tabelle seguenti, il fatturato 2022 del settore surgelati fra Retail, Fuoricasa, door-to-door ed e-commerce e l'andamento 2022 dei consumi a volume, entrambi messi a confronto con il 2021.

FATTURATO SURGELATI (valori in euro)			
Canale	2021	2022	Var. 2022-2021
RETAIL	3.310.071.495	3.408.192.702	+3%
FUORI CASA	1.100.000.000	1.452.000.000	+32%
DOOR TO DOOR	400.000.000	376.000.000	-6%
E-COMMERCE	73.000.000	70.080.000	-4%
TOTALE	4.883.071.495	5.306.272.702	+9%

CONSUMI SURGELATI (valori in tonnellate)			
Canale	2021	2022	Var. 2022-2021
RETAIL	643.153	626.947	-2,5%
FUORICASA	240.000	281.000	+17,1%
DOOR TO DOOR	85.000	72.766	-14,4%
E-COMMERCE	11.000	10.000	-9,1%
TOTALE	979.153	990.713	+1,2%

Fonti: elaborazione Unione Italiana Food su dati Circana liquid data - gerarchia ECR (Totale Italia Iper+Super+LSD+Discount); stime Unione Italiana Food

UN ANDAMENTO POSITIVO IN CONTROTENDENZA CON IL TOTALE ALIMENTARE

Detto dell'andamento del fatturato, una riflessione specifica va dedicata ai dati a volume: la diminuzione del -2,5% nel Retail, accompagnata da quelle percentualmente più significative del door to door (-14,4%) e dell'e-commerce (-9,1%), è stata più che compensata dalla crescita del Fuoricasa (+17,1%). Il risultato è un saldo complessivo delle vendite degli alimenti surgelati, pari al +1,2%, in significativa controtendenza rispetto all'andamento complessivo dei consumi alimentari a volume, intonati invece a un più marcato segno negativo: -4,4%.

Pertanto, anche e ancor più nel 2022, il consumo dei prodotti surgelati si è confermato parte integrante delle scelte alimentari degli italiani. Due altre considerazioni:

1. la resilienza del comparto surgelati si è manifestata anche in presenza della progressiva uscita dal biennio dei lockdown (2020-2021) che aveva portato, come rilevato negli anni scorsi, a un boom eccezionale dei consumi domestici di surgelati (+14% nel 2021 rispetto al 2019);
2. si è ulteriormente accelerato il processo di riequilibrio nei surgelati tra consumi domestici e fuori casa, che si era bruscamente interrotto dopo lo scoppio della pandemia: nel 2019 il Fuoricasa rappresentava, a volume, il 37% del totale dei consumi di surgelati in Italia, due anni dopo era precipitato al 25,5%. Nel 2022, il rapporto è risalito al 28,3%, anche se il valore rimane lontano da quello pre-pandemia.

CRESCE NEL CONSUMATORE LA DOMANDA DI SOSTENIBILITÀ ECONOMICA E AMBIENTALE

“I Surgelati sono una categoria che segue le evoluzioni del mercato... anche in termini di offerta, che riesce a rispondere alle mutevoli esigenze dei consumatori, grazie a prodotti innovativi nell'ambito del benessere, e prodotti certificati che soddisfano la sempre maggior ricerca di sostenibilità...”.

Il virgolettato è un estratto di quanto pubblicato nel Rapporto 2021, tratto dall'IRI Whitepaper “Una breve analisi del mercato dei Surgelati negli ultimi due anni”, pubblicato nel marzo 2022.

Nel prossimo capitolo vedremo come gli alimenti surgelati rispondano al meglio proprio a questa crescente domanda di sostenibilità. Prima però, come ogni anno, una breve disamina dell'andamento dei consumi Retail di surgelati nei principali segmenti di mercato.

VEGETALI

Anche nel 2022 i **vegetali surgelati** si sono confermati leader del settore per volumi consumati nel Retail: più di **208.000 tonnellate** (escluse le patate e i vegetali preparati), con un **-1,8%** rispetto alle oltre 212.000 del 2021. Vegetali naturali (58.350 tonnellate), piselli (49.400), zuppe e minestrone (48.700) e spinaci (32.700) sono state le merceologie più consumate. Confermato, dunque, il ruolo di comfort food di questi prodotti, insieme alla capacità di soddisfare la richiesta di benessere e di elevati contenuti nutrizionali che da sempre accompagna il segmento.

Da sottolineare le performance positive degli altri vegetali naturali (+1,6%) e delle verdure miste (+3,7%), che hanno superato la soglia delle 10.000 tonnellate.

ITTICO

Nel 2022 l'**ittico surgelato** ha sfiorato le **94.000 tonnellate** tra preparato panato (quasi 34.000 tonnellate) e pesce naturale (60.000), con una diminuzione del **-7,8%** rispetto al 2021. In termini percentuali il calo, in



linea con l'andamento delle vendite a volume del pesce fresco, ha riguardato soprattutto i preparati panati (-8,5%), i filetti e i crostacei (-8,2%); più lieve la flessione del mollame (-4,3%), in controtendenza invece l'andamento del pesce misto (+1%) e di quello intero (+3,7%).

PATATE

Le **patate surgelate** sono rimaste sul terzo gradino del podio nelle preferenze degli italiani, dopo i vegetali e l'ittico, totalizzando consumi per oltre **99.300 tonnellate**. Amate tanto per il gusto quanto per la praticità di preparazione, le patate surgelate si sono confermate particolarmente apprezzate dal consumatore. Come sempre il formato stick è risultato preponderante, i formati diversi hanno registrato una buona performance (+3,6%).

PIZZERIA

I consumi di **pizze surgelate** hanno superato nel 2022 le **66.000 tonnellate**, con una diminuzione del **-7%** rispetto alle quasi 71.000 tonnellate del 2021. Il trend si è rivelato sostanzialmente analogo per i vari formati: pizze rotonde (47.400 tonnellate), XL (9.000), small (4.600), ecc.

PIATTI PRONTI E VEGETALI PREPARATI

Con quasi **65.000 tonnellate** i **piatti pronti surgelati** hanno registrato nel 2022 un lieve incremento. I risultati più lusinghieri sono venuti dai primi piatti (+2,5% per 37.300 tonnellate) e dai contorni riciccati (+3,3% per 12.700 tonnellate), rispetto al -4,9% dei secondi piatti (13.700 tonnellate).

I piatti pronti, pertanto, hanno continuato ad essere premiati dal consumatore per la loro straordinaria componente di servizio, unita alla capacità di coniugarsi al meglio con la migliore tradizione gastronomica italiana e mediterranea.

Analogo il discorso, e il successo, relativo ai **vegetali preparati surgelati**, che hanno aumentato i consumi del **+3,4%** rispetto al 2021 superando le **21.000 tonnellate**.



SPECIALITÀ SALATE

Performance positive anche per le **specialità salate surgelate** (pancake e altre), che sono cresciute del **+2,0%** superando le **29.000 tonnellate**. Ciò a testimonianza del consolidarsi fra gli italiani, anche con la fine della pandemia, della pratica dell'aperitivo "fatto in casa" che aveva connotato i periodi del lockdown.

CARNE

Le **carni surgelate**, infine, dopo la brillante performance del 2021 sono rimaste stabili attestandosi a **15.300 tonnellate**.

CONSUMI DI PRODOTTI SURGELATI - RETAIL

TOTALE VENDITE IN ITALIA PER SEGMENTO MERCEOLOGICO

ANNO 2021 VS 2022

	TONNELLATE 2021	TONNELLATE 2022	VAR. % 2022/2021
VEGETALI NATURALI/FRUTTA	212.115.251	208.197.127	-1,8
ALTRI VEGETALI NATURALI	57.450.035	58.345.790	+1,6
PISELLI	51.345.240	49.388.771	-3,8
ZUPPE MINISTRONE	51.417.329	48.698.756	-5,3
SPINACI	33.237.248	32.682.108	-1,7
VERDURE MISTE	9.808.955	10.175.181	+3,7
AROMI	7.881.242	8.072.093	+2,4
FRUTTA	975.205	834.428	-14,4
VEGETALI PREPARATI	20.438.314	21.140.862	+3,4
PATATE	100.130.012	99.364.963	-0,8
STICK	90.145.059	89.215.856	-1,0
ALTRE	9.059.691	9.382.189	+3,6
NOVELLE	912.409	755.825	-17,2
VARIETÀ ANONIMA	12.854	11.094	-13,7
PESCE NATURALE	64.163.645	60.007.588	-6,5
FILETTI	28.841.905	26.146.232	-8,2
CROSTACEI	12.422.903	11.400.049	-8,2
MOLLAME MONO	13.769.926	13.180.909	-4,3
MISTO	5.932.180	5.989.276	+1,0
TRANCI	2.167.530	1.851.611	-14,6
INTERI	1.389.202	1.439.511	+3,6
PESCE PREPARATO PANATO	37.131.772	33.972.168	-8,5
PIZZERIA	70.969.092	66.031.376	-7,0
PIZZA ROTONDA	50.329.350	47.381.754	-5,9
PIZZA XL	9.662.522	8.973.855	-7,1
PIZZA SMALL	4.960.372	4.597.050	-7,3
ALTRI FORMATI	4.690.495	3.945.004	-15,9
ALTRE PIZZERIE	1.326.353	1.133.713	-14,5
PIATTI PRONTI	64.507.685	64.992.064	+0,6
PRIMI PIATTI	36.402.162	37.303.623	+2,5
SECONDI PIATTI	14.356.796	13.650.469	-4,9
CONTORNI RICETTATI	12.297.504	12.706.765	+3,3
SOSTITUTIVI PROTEINE VEGETALI	1.451.222	1.261.207	-13,1
SPECIALITÀ SALATE	28.700.763	29.273.124	+2,0
PANCAKES	18.480.852	18.539.385	+0,3
ALTRE SPECIALITÀ SALATE	10.219.910	10.733.739	+5,0
CARNE	15.445.209	15.248.138	-1,3
SUGHI E SALSE	11.605.839	11.594.524	-0,1
DOLCI/PASTICCERIA	8.570.989	8.109.411	-5,4
SENZA GLUTINE	4.163.192	4.117.555	-1,1
PANE/PASTE	5.210.839	4.970.136	-4,6
TOTALE RETAIL	643.152.600	626.947.036	-2,5

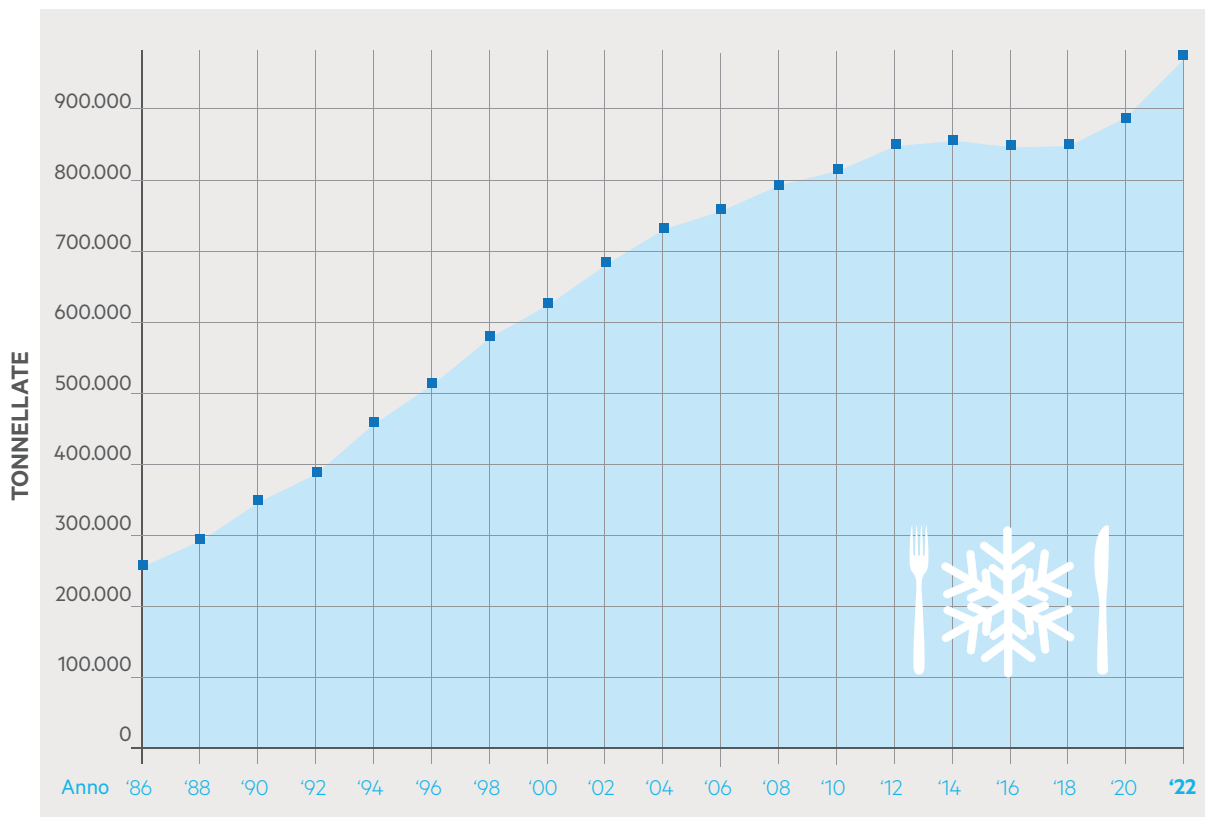
Fonte: elaborazione Unione Italiana Food su dati Circana liquid data - gerarchia ECR (Totale Italia Iper+Super+LSD+Discount)

CONSUMI DI PRODOTTI SURGELATI DAL 1987 AL 2022

RETAIL + CATERING

ANNO	TONNELLATE	VARIAZIONE	ANNO	TONNELLATE	VARIAZIONE
1987	319.900	+6,7%	2005	792.360	+4,6%
1988	338.500	+5,8%	2006	797.437	+0,6%
1989	55.700	+5,1%	2007	803.751	+0,8%
1990	380.300	+6,9%	2008	814.173	+1,3%
1991	412.630	+8,5%	2009	823.523	+1,2%
1992	449.530	+8,9%	2010	836.936	+1,6%
1993	478.240	+6,4%	2011	839.608	+0,3%
1994	507.100	+6,0%	2012	838.385	-0,1%
1995	556.000	+9,6%	2013	825.350	-1,5%
1996	576.750	+3,7%	2014	821.440	-0,5%
1997	598.600	+3,8%	2015	824.195	+0,4%
1998	625.470	+4,5%	2016	824.480	+0,1%
1999	643.810	+2,9%	2017	841.500	+2,1%
2000	674.720	+4,8%	2018	838.580	-0,3%
2001	712.950	+5,7%	2019	849.900	+1,3%
2002	725.460	+1,8%	2020	896.034	+5,5%
2003	736.855	+1,6%	2021	979.153*	
2004	757.559	+2,8%	2022	990.713	+1,2%

* Dato riclassificato per integrazione di fonti statistiche



I PLUS DEI SURGELATI





GLI ITALIANI LI APPREZZANO SEMPRE DI PIÙ ECCO PERCHÉ

> Perché gli italiani consumano sempre più surgelati? Oltre che con le scelte di acquisto esaminate nelle pagine precedenti, gli stessi italiani hanno così risposto, nell'ambito di una Survey BVA Doxa-IIAS presentata nel marzo 2022 e i cui risultati abbiamo raccontato diffusamente nel Rapporto 2021.

“PERCHÉ SCEGLI DI ACQUISTARE I PRODOTTI SURGELATI?”

(Valori % - Possibili risposte multiple)



70%

Li trovo **pratici**



37%

Mi consentono
di **variare**
i miei menu



25%

Mi aiutano
a **non sprecare** cibo



22%

Sono analoghi
ai freschi sotto il
profilo nutrizionale



22%

Li trovo
convenienti



17%

Mi aiutano
a **risparmiare**





L'aspetto da sottolineare è che le opinioni degli italiani trovano pieno riscontro nei plus oggettivi degli alimenti surgelati. Ricapitoliamo i principali.

ELEVATA QUALITÀ DELLE MATERIE PRIME E DEL PROCESSO DI PRODUZIONE

L'industria dei surgelati seleziona le materie prime con accuratezza, sottoponendole a rigidi controlli di qualità e sicurezza. Inoltre, la surgelazione - basandosi esclusivamente sull'applicazione delle basse temperature - è forse il più naturale fra i processi tecnologici. Alcuni esempi.

Per i vegetali, le materie prime sono coltivate nei territori più vocati e in tempi rispettosi dei ritmi della natura, che consentono una crescita armonica e la raccolta nella piena

maturità, quando si esprime al massimo il loro contenuto di nutrienti. A questo punto scatta la surgelazione industriale, che permette di "bloccare" grazie al freddo tale contenuto prima che cominci a disperdersi. I vegetali, inoltre, possono essere sottoposti a un trattamento termico (una leggera scottatura, "blanching", che fissa anche il colore naturale della materia prima rendendolo brillante), per inattivare gli enzimi che potrebbero alterare la qualità, e poi surgelati. Non c'è alcuna necessità di aggiungere additivi o conservanti.

Il pesce, in genere, viene surgelato direttamente sulle imbarcazioni che lo hanno pescato, oppure trasportato a zero gradi fino a terra dove viene lavorato e surgelato immediatamente.

Al termine della surgelazione, una controllatissima catena del freddo garantisce il rispetto di una temperatura costante di almeno -18° C lungo tutta la filiera, fino all'acquisto finale da parte del consumatore.



ECCELLENTI QUALITÀ ORGANOLETTICHE

I tempi rapidissimi della surgelazione fanno sì che l'acqua presente nella materia prima si trasformi in cristalli di ghiaccio piccolissimi, che impediscono una significativa perdita di liquidi e il deterioramento delle membrane cellulari. Ciò consente di ottenere prodotti surgelati pressoché identici al fresco per qualità organolettiche e indistinguibili sul piano nutrizionale.

OTTIMO APPORTO NUTRIZIONALE

I prodotti conservano al meglio, fino alla data di scadenza, il proprio contenuto nutrizionale (vitamine, proteine, carboidrati, ecc.). In un importante studio pubblicato sul *Journal of Food Composition and Analysis*³ gli autori hanno misurato per oltre due anni il contenuto nutrizionale di tre tipi di prodotti: freschi, surgelati e freschi 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 in frigorifero per qualche giorno.

SUPERAMENTO DEI VINCOLI DELLA STAGIONALITÀ

In generale, la crescente presenza sul mercato di prodotti fuori stagione e la cui raccolta sia avvenuta in territori anche molto distanti, è dettata dalla richiesta sempre più pressante da parte del consumatore di determinati alimenti in qualsiasi periodo dell'anno. I prodotti surgelati, conservando per lungo tempo e senza alterazioni le qualità nutritive e organolettiche del fresco, consentono al consumatore di avere a disposizione, sempre ed ovunque, prodotti "di stagione".

ELEVATA SICUREZZA

La catena dei controlli parte dalle materie prime utilizzate, che devono essere sane e in condizioni ottimali. Le aziende di surgelati monitorano quindi sia l'origine sia il processo di produzione dei loro ingredienti. Il Decreto Legislativo n.

³ "Selected nutrient analyses of fresh, fresh-stored, and frozen fruits and vegetables", giugno 2017.



110 del 27 gennaio 1992, che disciplina la materia, stabilisce norme stringenti volte a garantire la massima sicurezza degli alimenti surgelati per il consumatore. Ad esempio, l'alimento surgelato deve essere venduto in confezioni originali, chiuse dal fabbricante o dal confezionatore, al fine di arrivare integro al consumatore, garantito dal marchio del produttore; inoltre, all'interno del banco frigorifero dei supermercati deve essere ben visibile e controllabile il termometro, che non deve mai segnare una temperatura superiore ai -18°C .

INFORMAZIONI COMPLETE

Sulla confezione dei surgelati sono presenti per obbligo di legge: denominazione di vendita; elenco degli ingredienti in cui sono evidenziati gli allergeni; quantità netta; termine minimo di conservazione (TMC); dichiarazione nutrizionale; lotto di produzione; istruzioni per la conservazione del prodotto dopo l'acquisto, completate dall'indicazione della temperatura di conservazione o dell'attrezzatura richiesta per la conservazione; avvertenza che il prodotto, una volta scongelato, non deve essere ricongelato e le istruzioni per

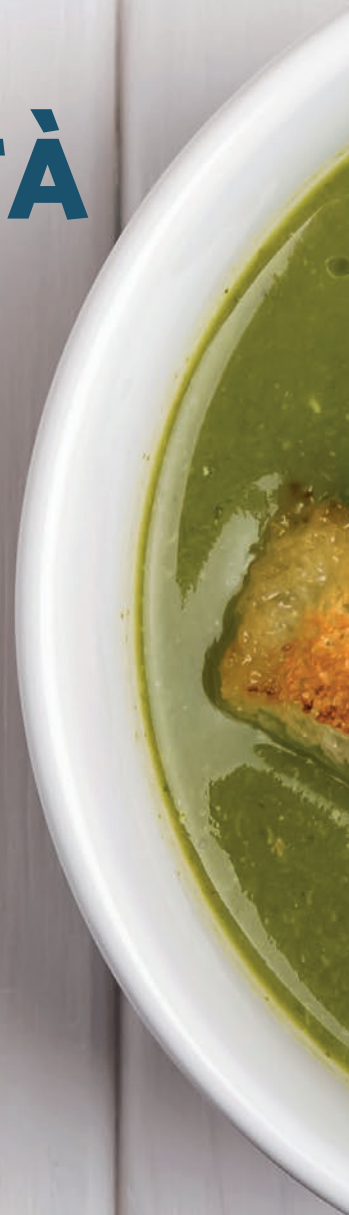
l'uso; nome e indirizzo dell'operatore che commercializza o importa il prodotto.

Inoltre, in presenza di particolari condizioni, risultano obbligatorie in etichetta anche le seguenti indicazioni: Paese d'origine o luogo di provenienza; la quantità di taluni ingredienti o categorie di ingredienti (QUID); sede e indirizzo dello stabilimento di produzione o, se diverso, di confezionamento. E, per buona parte dei surgelati ittici: specie ittica e suo nome scientifico; metodo di produzione (pescato/allevato); zona di cattura/allevamento; attrezzi di pesca.

SOSTENIBILITÀ

Gli alimenti surgelati, come vedremo subito, hanno una fortissima valenza anti-spreco e questa è la prima ragione che li rende particolarmente sostenibili anche dal punto di vista ambientale. Ma non è la sola: a ottobre 2022, IIAS ha pubblicato il primo Rapporto Ambientale che dimostra come, negli ultimi anni, le aziende produttrici abbiano ridotto in maniera significativa l'utilizzo di energia, le emissioni da essa derivanti e i consumi di acqua. Su questi aspetti, rimandiamo al capitolo seguente.

L'IMPEGNO DEL COMPARTO PER LA SOSTENIBILITÀ





SURGELATI, UN VALIDO ALLEATO CONTRO LO SPRECO ALIMENTARE



► Lo spreco alimentare è uno dei maggiori paradossi del nostro tempo: acquistiamo più cibo di quanto ne consumiamo e quello che gettiamo potrebbe sfamare quattro volte le persone del Pianeta malnutrite o che non hanno accesso al cibo. Sprecare significa inoltre perdere risorse preziose utilizzate nella produzione, in termini di terreni fertili, acqua, energia e conseguenti emissioni di gas serra.

Questi i numeri aggiornati dello spreco alimentare domestico nel nostro Paese:

30,9 KG

di cibo sprecato da ciascun italiano
in un anno

pari a

1.820.000 T

di cibo sprecato in totale in Italia
in un anno



**GLI ALIMENTI FRESCHI
CHE PIÙ SPESSO FINISCONO
NELLA SPAZZATURA**

1. Frutta
2. Cipolla, aglio patate
3. Pane
4. Insalate
5. Verdura

Fonte: Campagna Spreco Zero 2022 - Waste Watcher International Observatory on Food and Sustainability

La situazione non migliora quando dai comportamenti domestici si passa a quelli fuori casa, come rivela il più recente studio quantitativo sullo spreco alimentare reale degli Italiani condotto nell'ambito del progetto "Reduce", promosso dal Ministero dell'Ambiente e realizzato dall'Università di Bologna, Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agro-Alimentari (DISTAL).

In tale scenario, l'infografica seguente indica le principali ragioni che fanno dei surgelati un valido alleato contro lo spreco alimentare:



22,5%

**cibo sprecato
nelle mense scolastiche**



120 g

al giorno per ogni studente

1



La lunga durata di conservazione dei cibi surgelati permette di utilizzarli prima che si deteriorino.

2



Un maggior controllo nelle porzioni e nelle quantità consente di utilizzare solo ciò di cui si ha davvero bisogno riponendo il resto in freezer per consumi futuri.

3



La quantità acquistata corrisponde a quello che si mangia (niente sbucciature, spinature, lavaggi), con pochi scarti in casa: si consuma tutto quello che si acquista.

4



Si riduce il consumo di acqua: tutti gli alimenti sono già lavati e pronti per essere consumati.

5



C'è un minore spreco di energia per la cottura dei cibi: i tempi di preparazione sono più brevi.

6



Tutti gli scarti di produzione vengono gestiti direttamente dalle aziende produttrici con un'importante riduzione degli impatti ambientali.

Ultime, ma non per importanza, i prodotti surgelati hanno due altre importanti valenze anti-spreco:

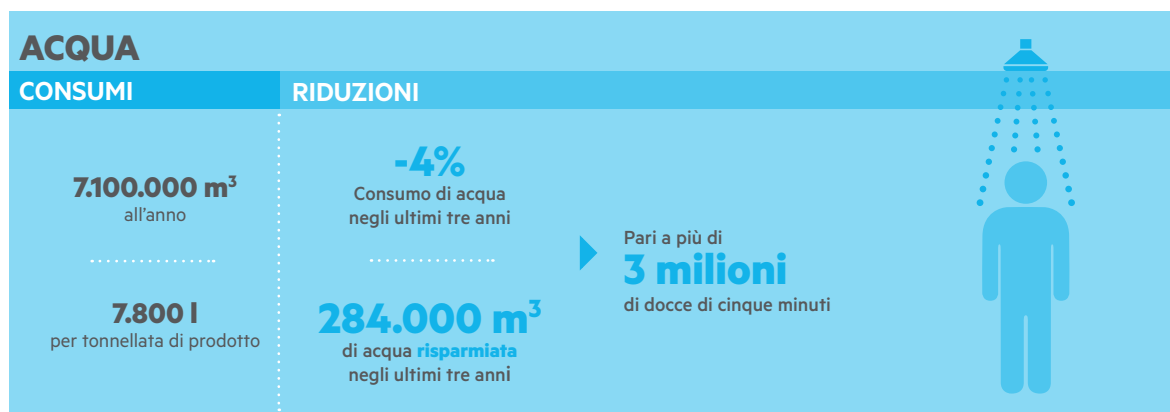
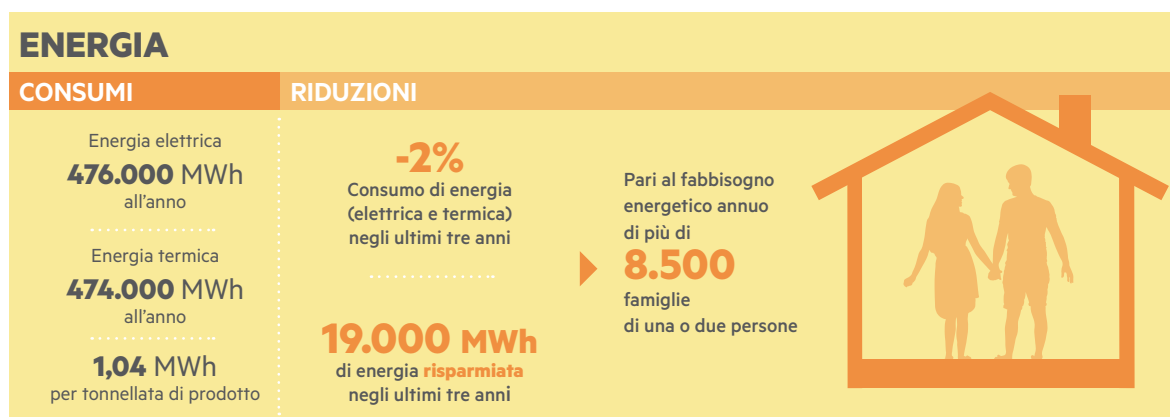
- **economica.** Di fronte al risorgere dell'inflazione, ridurre lo spreco di cibo consente di combattere efficacemente l'aumento del costo della spesa alimentare: una preoccupazione, come abbiamo visto, oggi prioritaria per gli italiani;
- **nutrizionale.** Come spiegato nel capitolo precedente, i surgelati evitano la dispersione delle sostanze nutritive del cibo (per questo, nel mondo anglosassone, sono definiti "long fresh"). Grazie ai moderni processi di surgelazione, che consentono alla materia prima di raggiungere in pochi minuti una temperatura inferiore a -18° C, questi prodotti conservano intatte per un tempo lunghissimo le qualità nutrizionali e organolettiche del miglior alimento fresco.

UNA RICERCA CONTINUA PER RIDURRE L'IMPATTO AMBIENTALE

Andando oltre il tema dello spreco, la sostenibilità dei surgelati non è legata soltanto ai loro vantaggi intrinseci ma è testimoniata dall'impegno che le aziende dimostrano per ridurre l'impatto ambientale dei processi di produzione attraverso due principali linee di intervento:

- l'efficientamento dei processi produttivi con conseguente calo dei consumi per tonnellata prodotta;
- la progressiva riduzione delle emissioni dell'energia consumata, tramite l'autoproduzione e l'utilizzo di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili.

I **risultati concreti** ottenuti nel triennio preso in esame dal Rapporto Ambientale 2022 (2019-2021), in termini di impiego di acqua ed energia e di riduzione delle emissioni inquinanti, sono i seguenti:





UN PUNTO DI PARTENZA VERSO NUOVI TRAGUARDI

L'impegno per la sostenibilità da parte del settore italiano dei surgelati continua, grazie a un intenso lavoro di ricerca verso la **continua innovazione** dei processi: nuove tecniche, progressi tecnologici, innovazioni e strategie per aumentare ancora l'efficienza, per ottimizzare l'utilizzo dell'acqua e per favorire pratiche di economia circolare con una gestione ottimale dei rifiuti.

Come afferma il Presidente IAS Giorgio Donegani nella sua introduzione al Rapporto Ambientale, i risultati importanti ottenuti finora "vanno considerati non come punto di arrivo di un processo lungo e impegnativo, ma come punto di partenza davanti ai nuovi e complessi fenomeni aperti negli ultimi anni. Fenomeni che i più lungimiranti hanno intuito e prefigurato e che, nel caso

delle aziende di surgelati, hanno guidato gli investimenti per una sempre maggiore sostenibilità. Di più: se non avesse per tempo imboccato con decisione la strada dell'innovazione di prodotto e di processo, il nostro settore si troverebbe oggi in difficoltà maggiori di quelle che lo scenario nazionale e internazionale ci presenta".

Fin da quando nacque quasi un secolo fa dall'intuizione di un intraprendente biologo e uomo d'affari newyorkese, continua il Presidente IAS, "l'industria della surgelazione moderna ha rivoluzionato il nostro rapporto con il cibo e ci ha sempre più assicurato alimenti di altissima qualità, buoni, salutari, sicuri, disponibili in ogni periodo dell'anno, trasparenti nell'informazione. Chi produce alimenti surgelati - conclude - può e vuole contribuire alla crescita del benessere: quello delle persone e quello del Pianeta che tutti noi abitiamo".

**SURGELATI.
COS'ALTRO
C'È DA SAPERE**





I CONSIGLI DI IAS PER ACQUISTARE E CONSUMARE I SURGELATI NEL MODO MIGLIORE

> Quali regole dobbiamo seguire per far sì che i prodotti surgelati acquistati arrivino in perfetto stato dai banchi frigoriferi dei punti vendita alla nostra tavola?

Negli anni IAS, avvalendosi del contributo dei più autorevoli esperti della materia, ha messo a punto e via via aggiornato un **decalogo di consigli utili** seguito da una serie di ulteriori indicazioni pratiche volte a rispondere al meglio a questa domanda⁵.

1. Scegliere i punti vendita più frequentati e con un'alta rotazione di prodotti.
2. Acquistare i surgelati alla fine della spesa.
3. Accertarsi che i banchi vendita siano puliti, ordinati e privi di brina visibile.
4. Verificare che l'indicatore di temperatura all'interno del banco frigo sia sempre pari o inferiore a -18° C.
5. Evitare l'acquisto di prodotti in confezioni aperte o con superficie brinata oppure umida.
6. Verificare che le confezioni non superino la linea di caricamento all'interno del banco frigorifero.
7. Utilizzare le borse termiche per il trasporto a casa dei prodotti surgelati. Se non se ne dispone, mettere i prodotti surgelati in una busta separata dal resto della spesa.
8. Depositare i prodotti nel freezer domestico entro 30 minuti dall'acquisto.
9. Una volta riposti i prodotti nel freezer, attendere almeno qualche ora prima di utilizzarli.
10. Se, dopo l'arrivo a casa, un prodotto risultasse

scongelato, non riporlo in freezer ma metterlo in frigorifero e consumarlo nel giro di un giorno.

NEL FREEZER ATTENTI ALLE “STELLE”

Occorre prestare massima attenzione al numero di stelle che si trovano sulla porta del freezer o al suo interno, un indicatore fondamentale della qualità della conservazione domestica.

Su ogni confezione sono riportati i tempi di entro i quali poter tenere il surgelato in freezer prima di consumarlo mantenendo intatte le sue qualità organolettiche: *“Da consumarsi preferibilmente entro il...”*. Questi i tempi si allungano quanto è maggiore il numero di stelle presenti nel freezer.

COME SCONGELARE CORRETTAMENTE UN SURGELATO

Sulle confezioni dei surgelati sono chiaramente indicate le modalità di consumo e di preparazione del prodotto e sono riportati consigli utili su come cucinarlo per avere un pasto gustoso, nutriente ed equilibrato.

I surgelati si possono cucinare direttamente in pentola

⁵ Su un tema analogo va segnalata anche la pagina FAQ *Conservare gli alimenti col freddo* pubblicata sul sito del Ministero della Salute (<https://www.salute.gov.it/portale/rischioAlimentare/dettaglioFaqRischioAlimentare.jsp?lingua=italiano&id=287>)



o in padella, senza attendere che si scongelino: è la modalità da preferire, in quanto preserva al meglio le caratteristiche organolettiche del prodotto.

Tale indicazione vale per i surgelati di non grandi dimensioni: minestrone, verdure, contorni, hamburger e piatti pronti in generale.

Per i surgelati di dimensioni maggiori, o nel caso in cui questi debbano essere utilizzati quali componenti di una ricetta elaborata, una modalità idonea consiste nel

lasciarli scongelare in frigorifero per alcune ore (fino a 12, a seconda della tipologia di prodotto) prima della preparazione.

Infine, se ci si dimentica di scongelare il surgelato per tempo, esiste una soluzione d'emergenza che consente di limitare (senza però impedire del tutto) la dispersione di sostanze nutritive: porre il surgelato in un sacchetto di plastica ben stretto e chiuso e immergerlo in acqua fredda per il tempo necessario.



WWW.ISTITUTOSURGELATI.IT
FACEBOOK.COM/ISTITUTOITALIANOALIMENTISURGELATI
WWW.UNIONEITALIANAFOOD.IT/PRODOTTI-SURGELATI