

Agenfood - Agenzia di Stampa Food e Turismo

Il Cibo è Cultura

www.agenfood.it Stampato su 17/09/2026 15:38

IIAS – Istituto Italiano Alimenti Surgelati presenta il Rapporto annuale sui consumi

Categorie: FOCUS, ZNL

Tag: consumo alimenti surgelati, IIAS - Istituto Italiano Alimenti Surgelati, Primo Piano



(Agen Food) – Milano, 17 set. – Gli alimenti surgelati continuano la scalata nelle abitudini alimentari degli italiani come risposta moderna alle esigenze del consumatore contemporaneo, che richiede sempre più prodotti di qualità, buoni, sostenibili e capaci di ridurre o contenere gli sprechi, garantendo valore nutrizionale e reale valore economico. Sono, infatti, oltre 1 milione le tonnellate di prodotti surgelati consumati nel 2025 (1.040.596), con una crescita a volume rispetto al 2024 del +1% e un consumo pro capite annuo record di 17,7 Kg (nel 2024 era stato di 17,5 kg/anno). La distribuzione dei volumi nei diversi canali conferma al primo posto i consumi di surgelati tra le mura domestiche, con vendite nel settore retail che hanno raggiunto le 642.140 tonnellate (+1,1% vs. 2024), seguiti dai consumi nel Fuoricasa, stimati a quota 398.456 tonnellate (+1% rispetto al 2024). E se guardiamo al solo canale retail (quello dei consumi domestici), si scopre che l'interessante aumento registrato nel 2025 si conferma – e anzi aumenta sensibilmente – anche nel primo semestre del 2026, con volumi dei consumi a +3,4% rispetto all'analogo periodo del 2025. Sono questi i numeri raccolti nel “Rapporto Annuale sui Consumi dei prodotti surgelati in Italia”, realizzato da **IIAS – Istituto Italiano Alimenti Surgelati**, per fotografare l'andamento del settore nell'ultimo anno.

Nel 2025, il valore di mercato ha raggiunto i 6,1 miliardi di euro (+3% vs. il 2024), con un canale retail che quota 3 miliardi e 866 milioni di euro, circa il doppio del fatturato del fuoricasa, stimato in 1 miliardo e 900 milioni di euro.

“Nel 2025 gli italiani hanno continuato a scegliere i prodotti surgelati, confermando l'apprezzamento per un comparto che risponde perfettamente alle esigenze dettate dagli stili di vita odierni. I prodotti surgelati, infatti, uniscono alla praticità d'uso, l'attenzione alla sicurezza alimentare, il gusto, la convenienza economica, la valenza antispreco e le grandi virtù nutrizionali coerenti con i principi della Dieta Mediterranea. Questo ha favorito l'aumento complessivo del consumo di frozen food oltrepassando, per il terzo anno consecutivo, la soglia del milione di tonnellate, un risultato record per il comparto”, spiega il Presidente IIAS, **Giorgio Donegani**. “E le rilevazioni condotte sul primo semestre del 2026 (gennaio/giugno) mostrano un interesse ancora in crescita, trainato dall'aumento dei consumi tra le mura domestiche che registrano a volume un +3,4% con un +3,6 a valore, rispetto all'analogo periodo del 2025. Un andamento positivo interessa tutte le categorie merceologiche, in particolare l'ittico, le pizze, i preparati vegetali e i piatti pronti”.

TREND CONSUMI: NEL 2025 SI CONFERMANO SUL PODIO VEGETALI, PRODOTTI ITTICI E PATATE

Nel 2025 i consumi domestici hanno confermato il loro primato in termini di volumi. Sul podio, al primo posto, restano stabili i vegetali surgelati (esclusi i vegetali preparati e le patate), i più amati per volumi consumati nel settore Retail: più di 204.000 tonnellate nonostante una lievissima flessione (-0,3%) rispetto al 2024, compensata dalla crescita dei vegetali preparati (+0,7%). In generale, i vegetali surgelati confermano e, anzi, aumentano ulteriormente la percezione positiva da parte degli italiani, che li considerano sani e gustosi, capaci di soddisfare le esigenze di salute e benessere provenienti da consumatori sempre più attenti e informati. Al secondo posto nelle preferenze degli italiani troviamo il prodotto ittico surgelato che, nelle sue varianti al naturale (64.000 tonnellate) e panato/preparato (42.000 tonnellate), supera complessivamente le 100.000 tonnellate, registrando anche lo scorso anno una delle performance più dinamiche tra i segmenti del mercato surgelati. Una conferma, quella dell'apprezzamento degli italiani per questi prodotti, motivata dal mix di sicurezza, salute, gusto, contenuto nutrizionale, disponibilità e facilità di preparazione che li caratterizza.

Al terzo posto troviamo le patate surgelate che, con circa 93.000 tonnellate consumate, si confermano un prodotto apprezzato per tre ragioni in particolare: gusto, praticità di preparazione e di consumo e assenza di sprechi (sono già pulite e tagliate). A seguire, le pizze surgelate, che nel 2025 hanno sfiorato le 70.000 tonnellate, con circa un +3,1% rispetto al 2024. Un risultato che premia le virtù pratiche, qualitative e convenienti di questi prodotti unitamente agli sforzi di innovazione portati avanti dalle aziende per introdurre nuovi formati e ingredienti e incontrare le moderne esigenze dei consumatori. Scorrendo la classifica, al quinto posto troviamo i piatti pronti surgelati, con quasi 66.000 tonnellate (+1,7% sul 2024). Primi e secondi piatti, contorni ricettati e alimenti con proteine vegetali: l'alta qualità degli ingredienti, la gamma sempre più ampia di ricette sia tradizionali sia innovative, la velocità di preparazione, l'attenzione all'equilibrio nutrizionale sono risultati i fattori chiave del loro successo.

Da non dimenticare le specialità salate (pancake e altri prodotti), stimate in circa 31.700 tonnellate, anch'esse in tendenza positiva rispetto al 2024 (+1,9%), che valorizzano spesso occasioni di consumo diversi rispetto a pranzi e cene. Anche questo segmento appare in ripresa rispetto agli andamenti stabili o lievemente flettenti degli anni precedenti. Significativo il rimbalzo messo a segno dai consumi di carni surgelate (+4,5% vs 2024), apprezzate certamente per la loro sicurezza e conservabilità.

Da segnalare, infine, la performance positiva del segmento dei surgelati senza glutine che, con circa 9.700 tonnellate consumate (+4,3% sul 2024) continua la sua ascesa offrendo continue novità orientate a gusto e qualità. Pur trattandosi di un consumo di nicchia, l'aumento costante della domanda di questi prodotti indica la capacità del comparto di rispondere alle esigenze salutistiche di una fascia di popolazione con una crescente varietà di prodotti capaci, in quanto surgelati, di preservare al meglio gusto e proprietà nutritive.

“Come dimostrano i dati del nostro Annual Report – conclude il Presidente IIAS, Giorgio Donegani – il settore conferma una forte spinta espansiva. Tra le ragioni di questo successo non possiamo non citare, da un lato, il fatto che i prodotti surgelati ci aiutino a rispettare i dettami della Dieta Mediterranea (come ha dimostrato una survey realizzata in collaborazione con Altroconsumo¹), rendendo più agevole il consumo di vegetali e pesce. Dall'altro lato, a premiarli è la capacità della surgelazione di mantenere inalterate le proprietà nutrizionali dei prodotti (come hanno confermato studi scientifici inediti, realizzati con SISA2 e SSICA3), fattore che porta i consumatori a sceglierli sempre più spesso. In questo scenario, i prodotti surgelati rappresentano uno strumento concreto per favorire l'adozione di uno stile alimentare equilibrato, aiutando a superare alcune delle principali barriere che ostacolano una piena adesione alla Dieta Mediterranea, come i tempi di preparazione, il costo di alcuni alimenti e la necessità di ridurre gli sprechi. Oggi appare sempre più evidente che la contrapposizione tra fresco e surgelato appartenga al passato: la vera sfida è favorire un maggiore consumo di pesce e verdure, pilastri della Dieta Mediterranea, mettendo i consumatori nelle condizioni di scegliere le soluzioni più adatte alle proprie esigenze”, conclude Giorgio Donegani, Presidente IIAS.