



Il minestrone Findus compie 60 anni, sulle tavole di oltre 4 mln di famiglie italiane

Descrizione

(Adnkronos) – Un prodotto iconico che da 60 anni scalda l'Italia: il minestrone Findus celebra un anniversario che racconta una storia di leadership industriale e profondo legame con il Paese. Nato nel 1966 nello stabilimento di Cisterna di Latina, entrato in funzione due anni prima e ancora oggi cuore pulsante della produzione, il minestrone Findus è tra i primi prodotti a nascere nel sito pontino, appena un anno dopo i Pisellini Primavera, a conferma della vocazione orticola dell'Agro Pontino che ancora oggi ne fa un territorio d'elezione per la produzione di vegetali. Un'intuizione industriale destinata a segnare la storia dei surgelati e a contribuire in modo determinante alla costruzione della leadership di Findus, oggi parte del gruppo Nomad Foods, principale player europeo nel frozen food. Un'evoluzione che ha portato il brand a occupare una posizione di primo piano nel comparto dei minestroni surgelati in Italia, con una quota di mercato pari al 34,9% delle vendite a valore.

A sessant'anni dal suo esordio, il minestrone Findus continua a essere presente nelle case di oltre 4 milioni di famiglie italiane e a rappresentare un pilastro del mercato dei minestroni surgelati. Nell'ultimo anno, dallo stabilimento di Cisterna di Latina sono uscite oltre 16 milioni di confezioni, pari a quasi 13 mila tonnellate di prodotto. Un vero e proprio prodotto senza tempo, capace di mettere d'accordo grandi e piccoli. Oltre a essere un classico sulle tavole degli italiani, il minestrone Findus è diventato, negli anni, parte della memoria collettiva del Paese, fortemente connesso ai valori della casa e del calore familiare. Per oltre 6 intervistati su 10 fra i consumatori, attuali o passati, del minestrone Findus, rappresenta infatti un piatto che richiama la tradizione e l'accoglienza della propria famiglia.

Sono alcune delle evidenze emerse da una ricerca commissionata da Findus ad AstraRicerche, che ha analizzato i comportamenti di consumo degli italiani in merito al minestrone, confermandone il ruolo centrale nella versione fresca o frozen nelle scelte alimentari degli italiani, tanto che quasi 9 italiani su 10 (89%) lo consumano spesso o a volte; oltre la metà degli intervistati (54%) dichiara di consumarlo con elevata frequenza.

Il minestrone Findus spiega Renato Roca, country manager di Findus Italia, nasce nel 1966, in un'Italia che cambiava velocemente: le città crescevano, le famiglie si spostavano, le donne entravano nel mondo del lavoro e la quotidianità diventava più frenetica. In questo contesto, il

Minestrone ha portato qualcosa di unico: un piatto nutriente, caldo e pronto, capace di regalare un momento di comfort in mezzo alla vita di tutti i giorni. A 60 anni di distanza, ci fa piacere constatare come la ricerca confermi il legame profondo che unisce ancora oggi gli italiani a questo prodotto•.

•Secondo lâ?indagine condotta da AstraRicerche • fa notare • lâ?88% dei consumatori attuali o passati dichiara di aver consumato il minestrone Findus giÃ da bambino o ragazzo e quasi la totalitÃ dei genitori che attualmente consuma il minestrone Findus, oltre il 98%, lo propone ancora oggi ai propri figli, confermando un rapporto che si rinnova di generazione in generazione. Il Minestrone Tradizione Findus rimane uno dei pilastri della nostra gamma vegetale: Ã composto da 15 verdure diverse, tutte coltivate in Italia e provenienti da agricoltura sostenibile, a testimonianza di un percorso che da sempre mette al centro qualitÃ , territorio e attenzione alle persone•.

Per celebrare il piatto simbolo dellâ?inverno, Findus ha scelto di portare il calore del suo Minestrone nel cuore di Milano: il 29 gennaio, in occasione dei Giorni della Merla, tradizionalmente considerati i piÃ1 freddi dellâ?anno, piazza Gae Aulenti in Portanuova Ã diventata teatro di una speciale distribuzione che ha unito gusto, condivisione e solidarietÃ . Migliaia di porzioni di minestrone Findus sono state offerte ai passanti, accompagnate dallâ?iniziativa del â?Minestrone sospesoâ?, che invita i consumatori a diventare parte attiva di unâ?azione concreta: per ogni porzione distribuita in piazza, Findus dona ulteriori 25 porzioni alla Fondazione Banco Alimentare Ets, fino a un massimo complessivo di 60.000 porzioni, estendendo cosÃ il valore dellâ?iniziativa ben oltre lâ?evento e raggiungendo persone e famiglie che vivono in condizioni di maggiore fragilitÃ .

Dallo studio condotto dallâ?Istituto AstraRicerche per Findus, accanto alla elevata frequenza di consumo, emerge una percezione fortemente positiva del minestrone: per quasi 6 italiani su 10 (59,6%) Ã un piatto nutrizionalmente valido ed equilibrato, mentre per 1 italiano su 2 (50,5%) Ã un piatto che sa di casa e di famiglia. Il minestrone Ã fortemente associato alla stagione invernale, indicata dal 66,5% come il momento ideale per consumarlo come pasto caldo e confortante. In inverno, il minestrone surgelato emerge come la scelta piÃ1 frequente: il 40,4% degli intervistati lo consuma almeno una volta a settimana, superando, non di poco, il minestrone fresco (32,6%). A guidare la preferenza sono soprattutto la comoditÃ di una preparazione pronta in pochi minuti (81%) e la possibilitÃ di consumare una grande varietÃ di verdure tutto lâ?anno (76,9%), senza rinunciare ai benefici nutrizionali, considerati pari al fresco da oltre due terzi degli italiani (67,8%).

Per chi ama personalizzarlo, il minestrone diventa una base da arricchire secondo i propri gusti: oltre la metÃ degli italiani (54,6%) aggiunge ingredienti extra, scegliendo soprattutto lâ?olio extravergine dâ?oliva a crudo (58,8%) e i formaggi (52,5%), seguiti da verdure e legumi (49,2%). Non mancano pasta, riso e altri cereali (42%), cosÃ come crostini e bruschette (41%).

Quando si parla di minestrone surgelato, la referencia Findus Ã conosciuta dalla quasi totalitÃ degli italiani (95,5%). Circa tre quarti del campione (74,6%) dichiarano di averlo consumato in passato o di essere consumatori attuali, con un livello di consumo attuale particolarmente elevato: oltre 6 italiani su 10 (60,8%) lo portano oggi in tavola e quasi 1 su 4 (24,2%) lo consuma con regolaritÃ . Lâ?immagine del Minestrone Findus risulta fortemente positiva tra chi lo conosce: a guidare le valutazioni Ã la fiducia nellâ?esperienza e nella serietÃ della marca (80,4%), seguita dalla percezione di una grande varietÃ di ingredienti vegetali (79,4%) e dalla qualitÃ selezionata delle materie prime (79,3%). In continuitÃ con una storia che da sempre valorizza qualitÃ e territorio, Findus arricchisce la gamma con il nuovo minestrone tradizione con pasta, che unisce la qualitÃ e la varietÃ delle verdure italiane al gusto

autentico della pasta Garofalo. La ricetta Ãˆ resa piÃ¹ gustosa grazie allâ€™utilizzo di Formaggio Italiano, olio extravergine dâ€™oliva e patata del Fucino Igp, esaltando le eccellenze del territorio. Una novitÃ che intercetta la curiositÃ degli italiani: secondo lâ€™indagine AstraRicerche, oltre 6 italiani su 10 (64,9%) si dichiarano interessati a scoprire una variante di minestrone giÃ condita e arricchita con pasta, confermando il desiderio di prodotti pratici, gustosi e capaci di unire tradizione e innovazione.

â€™

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Gennaio 29, 2026

Autore

redazione

default watermark