

Presentato a Napoli il nuovo prototipo di “contenitore doc” per la pizza da asporto, appetitosa abitudine per il 93,7% degli italiani.

Materie prime di qualità nel contenuto – pizza - e nel contenitore, per il massimo del gusto, grazie al nuovo prototipo di “salvapizza”: un contenitore da asporto in cartone, frutto di una sperimentazione condotta a più mani da Comieco, dai produttori di imballaggi in cartone, dai maestri della pizza e dai produttori delle migliori materie prime.

Luglio 2010 – Va forte il consumo di pizza da asporto in Italia e i **Mondiali di calcio saranno un’ulteriore occasione di conferma**, come rileva un’indagine condotta da **AstraRicerche per Comieco**, da cui è emerso che mangiare la pizza all’interno delle mura di casa è ormai **un’abitudine per 9 italiani su 10**, con una media di almeno 1 volta a settimana per il 22,4%.

Circa la metà degli intervistati teme però che la qualità della pizza da asporto non sia come quella desiderata, soprattutto a causa del tempo che passa dalla cottura al consumo. In questo senso il **contenitore**, considerato **molto importante dal 45% degli intervistati**, ricopre un ruolo chiave, superando altri parametri come il rispetto dei tempi di consegna della pizza (43,4%) e la velocità nell’ordinazione (37,9 %): è lui, infatti, a contribuire al prolungamento della fragranza dell’alimento perché rimanga buono come appena fatto.

A innovare e migliorare ulteriormente la qualità dell’imballaggio, di cui annualmente in Italia vengono prodotti 450 milioni di pezzi per il mercato estero e circa 170 milioni per quello interno, ci ha pensato un **pool di esperti (IPI - Gruppo Seda, Future Brand, Enzo Coccia Maestro Pizzaiolo, Annalisa Spa, Antico Molino Caputo)** che, in collaborazione con **Comieco Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli imballaggi a base cellulosica**, ha realizzato un **prototipo ‘salvapizza’** in cartone, presentato recentemente a Napoli.

Oltre a garantire le **condizioni igienico-sanitarie - al secondo posto (53,6%) nei criteri di selezione della pizzeria subito dopo la qualità stessa della pizza (63%)** - imprescindibili per un contenitore come questo che risulta idoneo ad accogliere un prodotto alimentare perché realizzato con carte vergini stampate con inchiostro alimentare, il nuovo prototipo, in cartoncino microonda, permette alla pizza di **‘respirare’** grazie alle apposite fessure laterali, che consentono al vapore di uscire ma proibiscono all’aria di entrare, preservando più a lungo il profumo e la fragranza della pizza.

Nella realizzazione del salvapizza, inoltre, particolare attenzione è stata dedicata alle possibilità di riciclo del contenitore usato. Il cartone del prototipo di salvapizza, infatti, può essere facilmente diviso in due parti: la parte superiore, quella non intaccata da sugo e mozzarella, può essere così staccata e finire tra i materiale ‘buoni’ da riciclare. Un elemento significativo se si pensa che, secondo quanto emerso dalla ricerca, **l’85,3% degli intervistati utilizza il cartone proprio come piatto per mangiare la pizza e, se ben 1 italiano su 6 butta – per scelta o necessità - il cartone nella raccolta indifferenziata, ben il 70,6% lo butta, invece, nella raccolta differenziata della carta.**

La pillola di curiosità: Pizza da asporto&Mondiali

Realizzata con ingredienti ‘speciali’, quegli stessi che le hanno permesso di entrare nell’Olimpo delle eccellenze alimentari e grazie ai quali oggi è riconosciuta dall’Unione Europea come “Specialità tradizionale garantita” (STG), la pizza napoletana anche in vista dei Mondiali di Calcio, riafferma **la sua natura conviviale.**

Su 36 milioni di consumatori abituali di pizza takeaway/delivery, infatti, ben 31.3 milioni seguiranno i Mondiali in televisione (l’87.1%). Il 54.1% comprerà pizza da asporto o ordinerà una consegna a casa fino a quattro volte durante i campionati mondiali (una volta a settimana).

Anche durante i Mondiali: sarà consumata quasi sempre con altre persone (96.5%), in particolare con familiari (74.6%), con amici (56.7%) e – molto meno – con colleghi di lavoro (8.9%). Sarà anche confermata la sua *easiness* di consumo: quasi tre quarti degli intervistati affermano che la consumeranno durante la partita (74.3%), mentre solo il 34.7% lo farà prima del *match* e il 16.4% dopo.

Ufficio stampa Comieco:

Costanza Zanolini
Tel. 028900870

czanolini@eidoss-pr.it

Alberto Bobbio
Tel. 064416081
a.bobbio@inc-comunicazione.it