

GLI ITALIANI, LA PIZZA TAKEAWAY/DELIVERY **E IL SUO CONTENITORE**

L'ampia ricerca quantitativa svolta da AstraRicerche per Comieco (1.044 interviste a un campione rappresentativo degli italiani 18-65enni) nell'ultima settimana di maggio 2010 sul rapporto tra gli italiani e la pizza *takeaway/delivery* **conferma il grande amore collettivo** che i nostri connazionali hanno per questo prodotto: più di un quarto dei 18-65enni consuma la pizza fuori casa – in pizzeria o al ristorante – una o più volte a settimana (27.8%) e ben il 36.5% la consuma tra una e tre volte al mese. Quasi un italiano su quattro la prepara almeno una volta a settimana a casa propria utilizzando gli ingredienti di base (farina, acqua, sale, ecc.): è questa un'abitudine che vede gli abitanti delle regioni meridionali fortemente sopraffammedia (28%), tipica delle famiglie numerose (27% in quelle con almeno quattro componenti) e soprattutto di quelle con almeno uno 0-14enne (32%); se a costoro aggiungiamo il 26.2% dei 18-65enni che prepara la pizza 'manualmente' a casa da una a tre volte al mese, scopriamo che quasi la metà degli italiani cucina la pizza in casa propria almeno una volta al mese.

È molto forte il consumo di pizza da **asporto/takeaway: il 22.4% porta la pizza a casa almeno una volta alla settimana**; i *fan* del *takeaway* sono in particolare giovanissimi (il 36% dei 18-24enni) e giovani (il 26% dei 25-44enni); il 32.7% prende la pizza da asporto da una a tre volte al mese. Meno frequente è invece l'utilizzo della **consegna a casa, scelta dal 10.4% dei 18-65enni con frequenza almeno settimanale** (con valori più elevati tra i 18-44enni, nelle grandi città, in Piemonte e in Lombardia) e dal 19.6% con frequenza men che settimanale ma almeno mensile. Quasi un italiano su sei consuma pizza pronta, come quella che si compra al supermercato e deve essere solo messa in forno o in forno a microonde (e il 25.4% lo fa tra una e tre volte al mese).



■ TUTTI I GIORNI O QUASI

■ DUE-TRE VOLTE A SETTIMANA

■ UNA VOLTA A SETTIMANA

■ UNA VOLTA OGNI 2-3 SETTIMANE

■ UNA VOLTA AL MESE

■ UNA VOLTA OGNI 2-3 MESI

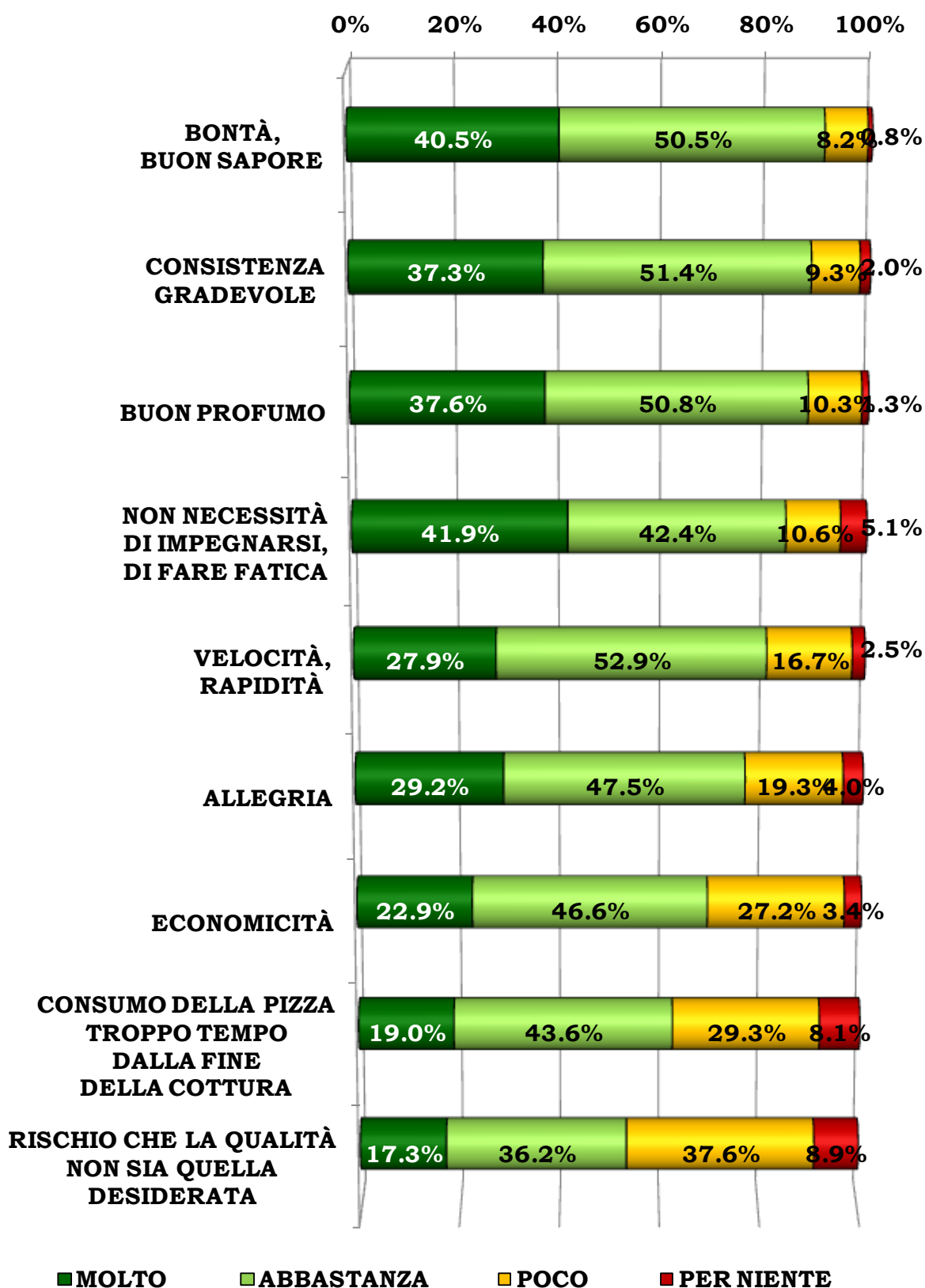
■ DUE-TRE VOLTE ALL'ANNO

■ UNA VOLTA ALL'ANNO

■ MAI/ QUASI MAI

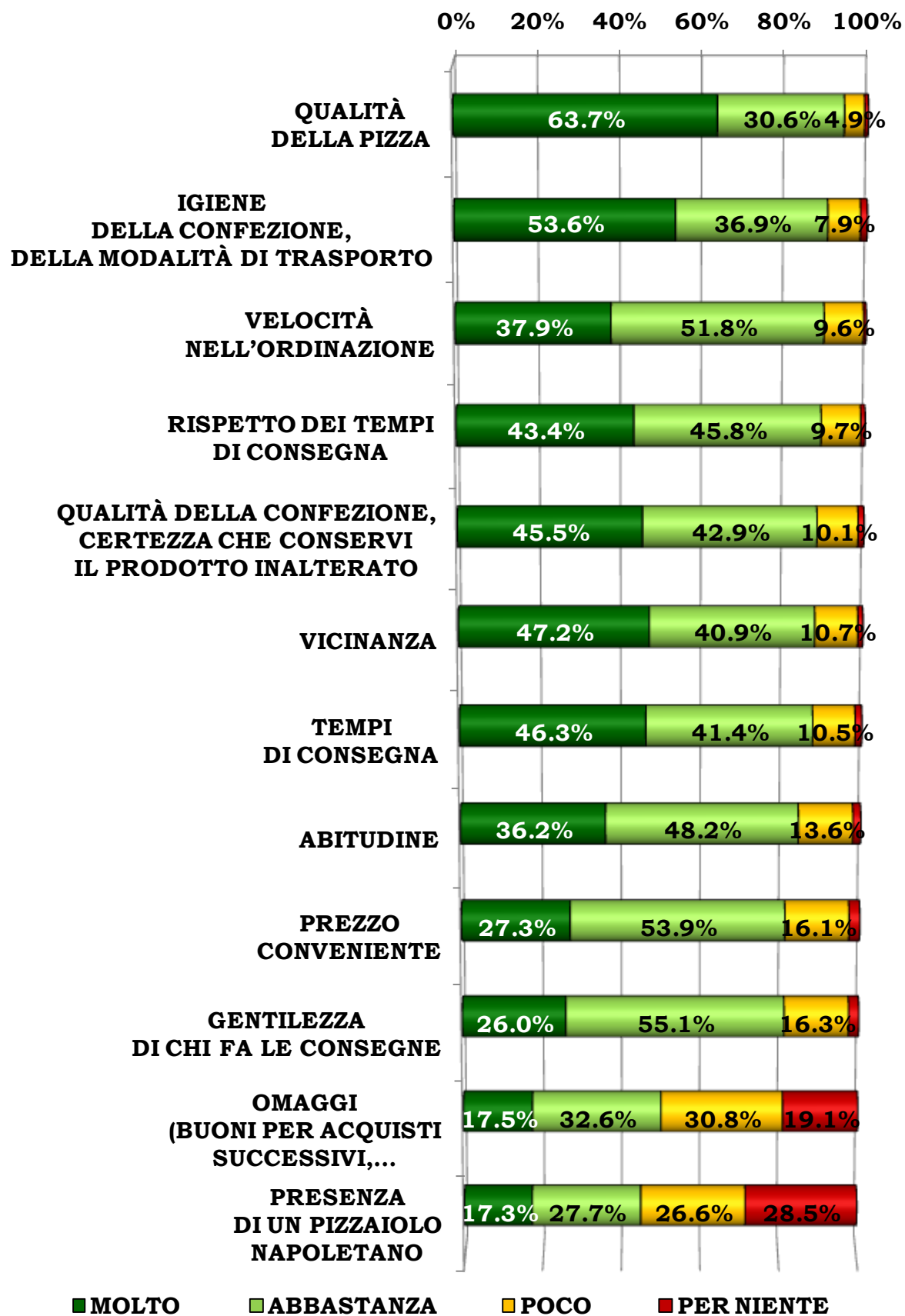
Complessivamente ben il 93.7% degli italiani 18-65enni acquista più volte all'anno pizza da asporto o se la fa consegnare a casa o nel luogo in cui lavora: il che equivale a **36 milioni** di adulti su un totale di 38.4 milioni. Quali sono le caratteristiche della pizza *takeaway/delivery* secondo i suoi consumatori? Sicuramente **non è una pizza di 'serie B'**, visto che ben il **91.0%** afferma che ha – molto o abbastanza – un **buon sapore, una consistenza gradevole (88.7%)**, un buon profumo (88.3%). Oltre a una valutazione sensoriale molto positiva emerge anche un notevole apprezzamento per la **non necessità di impegnarsi, di fare fatica ('molto' per il 41.9%** e 'abbastanza' per il 42.4%) e per la velocità, la rapidità di *delivery* e di consumo (valutata positivamente dall'80.8%, anche se coloro che la indicano con la massima intensità – 'molto' – si riducono al 27.9%). Un po' più debole appare il legame con l'allegria (76.7%) e con l'economicità (69.4%); mentre sono **aree di criticità il consumo troppo tempo dopo la fine della cottura (62.6%)** e il **rischio che la qualità non sia quella desiderata** (per più della metà dei consumatori: **53.4%**). Insomma, una pizza di qualità e *problem solver* ma allo stesso tempo un prodotto che a volte tradisce le aspettative del consumatore.

I consumatori di pizza *takeaway/delivery* scelgono nel 57.6% dei casi lo stesso tipo che sono soliti consumare in pizzeria o al ristorante; il 41.8% che sceglie una pizza differente lo fa – nella stragrande maggioranza dei casi – per il piacere di cambiare, di provare una pizza diversa (ben 13 milioni su 15 milioni di 'infedeli'), mentre sono pochissimi i consumatori che sono obbligati a una scelta differente rispetto a quella che sono soliti compiere (per il fatto che la pizza preferita non sia prevista nel menu, che non sia cucinata come piace a loro o che sia troppo cara rispetto al ristorante/pizzeria).



Ogni ordine di pizza *takeaway/delivery* prevede – in media – 3,4 pizze (in effetti nella metà dei casi vengono ordinate tre o quattro pizze, in un terzo dei casi una o due pizze e nel restante sesto dei casi cinque o più pizze).

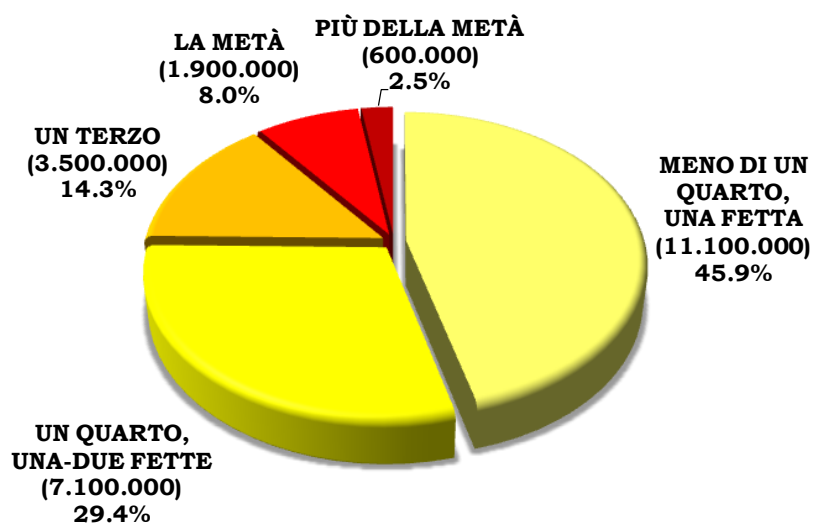
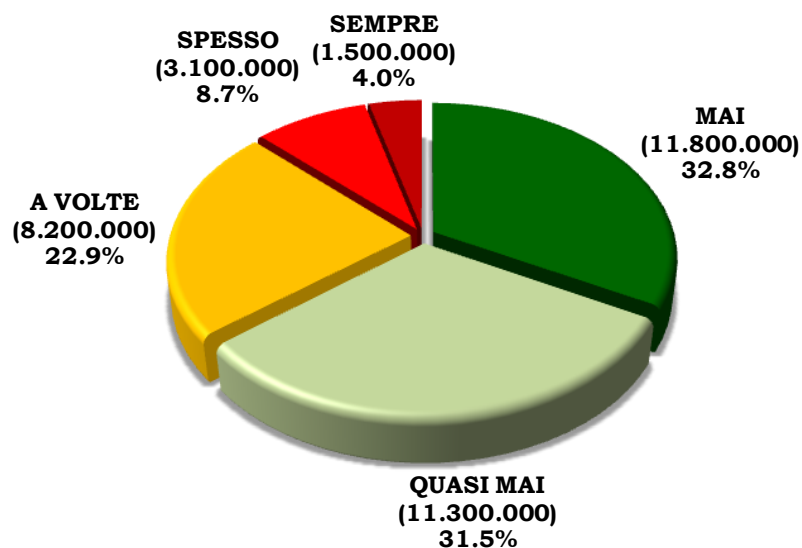
Ma quali sono i criteri di scelta della pizzeria in cui andare per prendere la pizza da asporto o da chiamare per la consegna a domicilio? Non c'è dubbio: la **qualità della pizza** è il **driver fondamentale della scelta** (molto importante per il 63.7% e abbastanza per il 30.6%); **al secondo posto** di questa classifica troviamo **l'igiene della confezione e della modalità di trasporto**, fondamentali per più della metà degli intervistati (53.6%) e abbastanza importanti per un cospicuo 36.9%; subito dopo troviamo il rispetto dei tempi di consegna (molto importante per il 43.4%) e la velocità di ordinazione (37.9%): solo poco più del 10% del campione sembra 'prendersela comoda' quando vuole consumare una pizza *takeaway/delivery*. A ben vedere, la **qualità della confezione** appare assai importante: anche in questo caso meno del 12% dei consumatori mostra scarso interesse, mentre ben il **45.5%** la ritiene **fondamentale** e il **42.9%** **molto importante**. Una forte importanza è attribuita - con percentuali decisamente minori - all'abitudine (36.2%), al prezzo davvero conveniente (28.3%), alla gentilezza di chi fa le consegne (26.0%). Gli omaggi sono davvero importanti solo per il 17.5% (e interessano – molto o abbastanza – alla metà dei consumatori), mentre in fondo alla classifica troviamo la presenza di un pizzaiolo napoletano (molto importante per il 17.3% e abbastanza per il 27.7%), segno che i pizzaioli italiani ma non partenopei e quelli provenienti da altre zone del mondo – *in primis* dal sud del Mediterraneo – hanno dimostrato negli anni di poter preparare pizze di ottimi gusto e qualità.



I **drivers fondamentali per ottenere una pizza di qualità** sono la **bravura del pizzaiolo (molto importante** per il **60.3%** dei consumatori), l'impasto di base composto da farina, acqua, ecc. (58.8%), la mozzarella (58.0%) e – un po' meno – il pomodoro (50.0%); appaiono invece molto meno rilevanti gli ingredienti aggiuntivi (come il prosciutto, i funghi, le verdure, ecc. (fondamentali per il 43.1%); i tempi di consegna (44.4%) e il contenitore in cui la pizza viene consegnata (32.9%) occupano i gradini più bassi di questa classifica, pur non risultando irrilevanti: il contenitore, per esempio, è valutato poco o per niente importante solo dal 18.5% dei consumatori di pizza *takeaway/delivery*.

È stato poi chiesto agli intervistati di concentrare la propria attenzione sul contenitore per la pizza ed è emerso che per la **stragrande maggioranza** degli intervistati (**85.3%**) la funzione d'uso **non è solo** quella del **trasporto ma anche** – a volte o sempre – quella di **piatto ove consumarla**. Un po' meno frequente l'uso come 'teglia' in cui tagliare la pizza per dividerla tra più persone (74.9%), per dimezzarsi (38.4%) se parliamo di utilizzo come sottopiatto. Il contenitore inoltre è spesso utilizzato per conservare la pizza avanzata (56.0%) ed eventualmente anche per riscaldarla nuovamente (44.4%).

Al 12.7% dei consumatori **capita spesso o sempre di non finire la pizza acquistata** (sono soprattutto giovani 25-34enni e – ancor di più – giovanissimi 18-24enni), mentre **al 22.9% capita a volte** (soprammedia le donne: 33%). Sono soprattutto gli uomini *over45enni* e *single* a consumare sempre o quasi sempre l'intera pizza. Quasi un quarto di coloro che più o meno spesso non consumano l'intera pizza afferma di lasciarne un terzo o più; il 29.4% ne lascia circa un quarto e il 45.9% si 'ferma' quando manca una sola fetta. Questa enorme quantità di avanzi va sprecata solo in parte: se è vero che **un intervistato su cinque (20.5%) afferma di buttare più o meno spesso la pizza che**



rimane, ben il 40.2% la riutilizza fredda come stuzzichino, il 38.9% la sposta in un altro contenitore per riscaldarla e il 14.6% la riscalda nel contenitore di cartone con cui l'ha acquistata.

Qual è invece il **destino del contenitore in cartone**? Il **70.6%** lo butta **nella raccolta differenziata della carta** e il **13.2%** **nella raccolta differenziata dell'umido**, dei rifiuti organici (modalità

non disponibile in tutti i comuni). Più di un italiano su sei butta – per necessità o per scelta – il contenitore in cartone nella raccolta indifferenziata (con valori più elevati al di sotto della linea che unisce Grosseto ad Ascoli Piceno).

Gli intervistati sono convinti che l'incidenza del contenitore sul prezzo finale della pizza sia circa del 7%. Più in dettaglio, quasi la metà (49.0%) ritiene che il contenitore costi meno del 5% del prezzo complessivo; il 37.0% stima l'incidenza tra il 5% e il 10%; il 10.3% si spinge fino al 20% di incidenza; solo il 3.7% è convinto che il contenitore in cartone gravi considerevolmente sul prezzo complessivo (con un'incidenza tra il 20% e il 50%).

I contenitori per la pizza sono caratterizzati da immagini varie/disegni per il 73.6% degli intervistati, dal nome della pizzeria per il 53.6%, mentre un intervistato su cinque (20.7%) riconosce il logo Comieco e afferma di vederlo solitamente su tali *packaging*. Solo per il 24.8% i contenitori riportano indicazioni sulle loro caratteristiche (tipo di cartone, utilizzabilità in forno o nel microonde, modalità di smaltimento) e per un ancor minore 10.7% forniscono indicazioni per il corretto consumo della pizza (ad esempio se può essere scaldata nuovamente o se ha una 'scadenza'). Complessivamente le confezioni ottengono una discreta valutazione: la loro grafica, il loro stile sono giudicati abbastanza validi dal 56% dei consumatori e molto validi dal 12.6%; il 25.3% le ritiene poco o per niente gradevoli (con i 18-24enni particolarmente critici: 32%).

Quale sarà il rapporto tra gli italiani e la pizza da asporto durante i Mondiali di calcio sudafricani di giugno 2010? Una premessa: **su 36 milioni di consumatori di pizza *takeaway/delivery* ben 31.3 milioni seguiranno i Mondiali in televisione** (come a dire l'87.1%); 15.6 milioni seguiranno solo le partite dell'Italia; 4.5 milioni solo le partite conclusive (semifinali e finale); mentre 14.0 milioni le seguiranno fin dall'inizio, guardando molte partite

anche non della nostra nazionale. **Solo 1.2 milioni abituati a consumare pizza takeaway/delivery non lo faranno durante i Mondiali** di calcio, pur seguendoli in televisione. Il 54.1% comprerà pizza da asporto o ordinerà una consegna a casa fino a quattro volte durante i campionati mondiali (come a dire una volta a settimana o meno) e ben il 38.0% lo farà almeno cinque volte (con ben il 9.5% che consumerà pizza con questa modalità più di dieci volte nell'arco dei 30 giorni).

Anche durante i Mondiali **la pizza confermerà la sua natura conviviale**: 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.

Per finire, è stato chiesto a tutti gli intervistati 18-65enni di esprimersi in merito alla **vera pizza napoletana**: il **43.1% afferma di conoscerla**, di sapere quali sono le differenze rispetto alle altre pizze, mentre il 24.8% sa che la vera pizza napoletana è diversa dalle altre ma non saprebbe indicarne le caratteristiche distintive; **solo il 7.3% afferma di non conoscere per nulla**, di non sapere affatto che cosa sia la vera pizza napoletana. Il 26.2% auspica che un marchio, una certificazione proteggano la vera pizza napoletana, mentre solo il 16.4% sa che da poco è garantita da una certificazione ('specialità tradizionale garantita'). Il **22.0% dichiara di consumare più o meno spesso la vera pizza napoletana** e il 19.2% afferma di preferirla ad altre modalità di preparazione della pizza.